for leave to introduce a Bill further to amend the Constitution of India.

The question was put and the motion was adopted.

DR. ALLADI P. RAJKUMAR: Sir, I introduce the Bill.

The Palm Industry Workers Welfare Bill, 2005

SHRI C. PERUMAL (Tamil Nadu): Sir, I move for leave to introduce a Bill to provide for welfare of palm industry workers and for matters connected therewith.

The question was put and the motion was adopted

SHRI C. PERUMAL: Sir, I introduce the Bill.

The Inter-State Rivers (Regulation) Bill, 2005

SHRI C. PERUMAL (Tamil Nadu): Sir, I move for leave to introduce a Bill to provide for regulation of Inter-State rivers and for matters connected therewith or incidental thereto.

The question was put and the motion was adopted

SHRI C. PERUMAL: Sir, I introduce the Bill.

The Commercial Advertisements on Electronic Media (Regulation) Bill, 2005 (Contd.)

श्री कलराज मिश्र (उत्तर प्रदेश): उपसभापति महोदय, प्रतियोगिता और मुक्त बाज़ार के इस युग में किसी उत्पाद का विज्ञापन आवश्यक है ताकि लोगों को उत्पाद और इसके लाभों के बारे में बताया जा सके। इस विज्ञापन को उत्पाद के बारे में यथार्थ की सीमा तक आवश्यक और सूचनाप्रद होना चाहिए, लेकिन एक चलन जोर पकड़ता जा रहा है कि विज्ञापन को अभद्रता, अश्लीलता और प्रायः अनैतिकता की हद तक आकर्षक बनाया जाए। ध्यान खींचने के लिए महिलाओं को उन उत्पादों या सेवाओं, जिनका उनसे दूर-दूर तक का कोई संबंध नहीं होता है, के विज्ञापनों में कम वस्त्रों में दिखाया जा रहा है। बच्चों को कुछ ब्रांडों के उत्पादों का उपभोग करने के पश्चात् ऐसे दुस्साहसिक करतब करते हुए दिखाया जाता है जिनकी वे कभी-कभी नकल करते हैं, जिसका परिणाम घातक होता है। कभी-कभी विज्ञापन में योजनाओं को प्रायोजित किया जाता है तथा यह दावा करते हुए बच्चों को प्रोत्साहित किया जाता है कि वे ऐसे उत्पादों को खरीदकर अधिक कुशाग्र और शक्तिशाली हो जाएंगे। ज्यादातर ये दावे भ्रामक होते हैं जिनसे

बच्चों के अति संवेदनशील मस्तिष्क पर बुरा प्रभाव पड़ता है। यद्यपि शराब के विज्ञापनों पर प्रतिबंध है, तथापि उसे छदम् से मिनरल वाटर, सोडा या Apple Juice के रूप में प्रतिस्थापित करके प्रदर्शित किया जा रहा है। ये विज्ञापन उसी प्रकार की बोतलों, लेबलों, आदि का प्रयोग कर रहे हैं और कानून की धज्जियां उड़ा रहे हैं। औषधों के अनेक विज्ञापनों में पारंपरिक जड़ी-बूटियों वाली औषधियों के नाम पर उनकी प्रभावकारिता के संबंध में किसी सबूत के बिना मोटापा कम करने से बाल बढ़ाने तक के दावे किए जा रहे हैं। इन औषधियों का प्रयोगशाला में परीक्षण यह तर्क देते हुए नहीं कराया जाता है कि ये युगों पुरानी पारंपरिक चिकित्सा पद्धति पर आधारित हैं। बड़ी संख्या में लोग विज्ञापनों के माध्यम से बड़े-बड़े दावे करके धन बना रहे हैं और बड़े पैमाने पर जनता को बेवकूफ बना रहे हैं।

महोदय, इसके उद्देश्य के संबंध में मैं यह पढ़ रहा हूं। उसी तरह यदि किसी कार्यक्रम को ऊंची टी०आर०पी० रेटिंग मिलती है तो उस कार्यक्रम को मिलने वाले विज्ञापनों में इतनी बाढ़ आ जाती है कि कुछ मामलों में विज्ञापनों में लगा समय इस कार्यक्रम के कुल प्रसारण समय के बराबर होता है। समय की मांग है कि विज्ञापन के मौजूदा खतरे को रोकने के लिए कोई विनियामक तंत्र बनाया जाना चाहिए। नैतिकता और शालीनता की रक्षा करने और जनता को भ्रामक विज्ञापनों से संरक्षण प्रदान करने तथा परिवार को लज्जित होने से बचाने के लिए विज्ञापन क्षेत्र को विनियमित करने की तत्काल आवश्यकता है, इसीलिए यह विधेयक मैंने प्रस्तुत किया है।

मान्यवर, जिस प्रकार की प्रतिस्पर्धा चल रही है, उस प्रतिस्पर्धा के अंतर्गत मैंने विज्ञापन को रोकने संबंधी यह विधेयक प्रस्तुत नहीं किया है, अपितु इस समय विज्ञापन की स्थिति भी ऐसी निर्माण हो गई है, अगर मैं यह कहूं कि विज्ञापन एक प्रभावी व्यवसाय है, तो अतिश्योक्ति नहीं होगी और इस प्रभावी व्यवसाय के माध्यम से नीतियों का निर्धारण होता है। इसलिए मैं यह बताना चाहूंगा कि विज्ञापन के बाज़ार में अगर देशों के हिसाब से देखा जाए, अंतर्राष्ट्रीय क्षेत्र में, तो विज्ञापन के बाज़ार के रूप में भारत का 17वां स्थान है। "Spheres of Influence, 2005" के अनुसार अमेरिका नंबर एक पर है, उसका 155 बिलियन डॉलर का विज्ञापन का कारोबार है, जबकि जापान 37 बिलियन के साथ नंबर दो पर है और चीन नंबर तीन पर है। 13 अप्रैल, 2005 के ''इकानॉमिक्स टाइम्स'' के अनुसार पिछले साल दुनिया के कुल विज्ञापन कारोबार का 38 प्रतिशत टी. वी. को मिला था। भारत में टी. वी. विज्ञापन बाजार की अच्छी संभावना है। अभी भी टी. वी. विज्ञापन प्रिंट मीडिया के मुकाबले 11.6 फीसदी है। मान्यवर, जब टी.वी. प्रसारण की क्रांति हुई तो उस समय लगता था कि टी.वी. और सिनेमा दोनों की प्रतिद्वंद्वता चलेगी। लेकिन आज एक ऐसी हालत उत्पनन्न हो गई है कि टी. वी. और सिनेमा दोनों एक दूसरे के पूरक हो गए हैं, टी. वी. और फिल्म एक दूसरे के पूरक हो गये हैं। उस क्रम में अगर आप देखें तो टी. वी. ने

इस समय सिनेमा की कमांड अपने हाथ में ले ली है। टी. वी. पर ज्यादातर फिल्म को दिखाना एक तरह से उसने वह अपने हाथ में ले ली है ओर विभिन्न प्रकार की फिल्में इसके द्वारा दिखाई जाती हैं। मान्यवर, यह बात सही है और यह बात मन को अजीब लगती है और मन को झकझोरती है कि दूरदर्शन केवल मनोरंजन के लिए है या यह और कामों के लिए है। इसके द्वारा शिक्षा, संस्कृति और सूचना, त्वरित जानकारी लोगों को प्राप्त हो सके, इस दृष्टि से भी होना चाहिए; लेकिन जिस प्रकार की स्थिति का निर्माण हुआ है, उसको देखने के बाद लगता है कि दूरदर्शन मात्र कुछ चीजों के लिए बन पड़ा है। जो त्वरित जानकारी, त्वरित सूचना प्राप्त होनी चाहिए, जिस प्रकार से शिक्षा संस्कार इसके माध्यम से लोगों को प्रदान करने चाहिएं, इस उद्देश्य से दूरदर्शन पीछे हट रहा है। दूरदर्शन द्वारा जो सीरियल्स दिखाए जा रहे हैं, उनके माध्यम से भी इस प्रकार के संस्कार, जोकि अपेक्षित हैं, प्राप्त नहीं हो पा रहे हैं। मान्यवर, आज दूरदर्शन पर दिखाए जाने वाले सीरियल्स, जिनके बारे में हम सोचते हैं, गांव की आबादी 70 फीसदी है, हम अनुभव करते हैं और अपेक्षा भी करते हैं कि सीरियल्स के माध्यम से या दूरदर्शन के माध्यम से गांव, किसान और गरीब लोग इसके माध्यम से अधिकाधिक मात्रा में दिखाए जा सकें, लेकिन यह इससे दूर हट रहा है। इसका यह परिणाम हो रहा है कि महानगरीय मध्यम वर्गीय जो जीवनशैली है, इसको ही दूरदर्शन पर ज्यादा दिखाने का प्रयत्न किया जाता है। एक तरह से अगर मैं यह कहूं कि इसकी प्राथमिकता मध्यम वर्गीय जीवनशैली को दिखाने की हैं, लेकिन जो आम उपभोक्ता है, जिसके सामान्य तौर पर दूरदर्शन के माध्यम से, हम कुछ चीजों को करना चाहते हैं, उस आम उपभोक्ता का वस्तुओं की तरह समाचार भी बिकता है। इसी तरीके से समाचार का प्रसारण होता है। इसलिए सरकार उन्हीं संस्थानों पर खर्चा करती है, जहां से सरकार को ज्यादातर आमदनी होती है, आय होती है। इसलिए जो गांव है, गरीब है और उससे संबंधित जो कार्यक्रम हैं, इसका प्रसारण कम हो पाता है। मान्यवर, एक नोबेल पुरस्कार प्राप्त करने वाले अर्थशास्त्री आमर्त्यसेन के अनुसार आम जनता के जीवन स्तर को बेहतर बनाने के लिए आगामी वर्षों में उन तक अधिक से अधिक जानकारी और सूचना पहुंचानी होगी। आज भी गांव में 70 प्रतिशत लोग रहते हैं। इनके मनोरंजन और पसंद के कार्यक्रमों को प्रसारित करने वाला कोई भी नहीं हैं क्योंकि उनको विज्ञापन नहीं मिलेगा। इसलिए उनकी तरफ उपेक्षा बरती जा रही है। आमर्त्यसेन का कहना है कि इस दिशा में हमें विचार करना पड़ेगा अगर विचार नहीं करेंगे तो परेशानी पैदा होगी। भारत में सौ से ज्यादा चैनल्स हैं। सौ से ज्यादा चैनल्स होने का कारण जैसा चैनल चाहता है, अपने हिसाब से सारी चीजों को प्रसारित करता है। टी.वी. की पहुंच अखबारों और फिल्मों से ज्यादा है। इसको ज्यादा देखा जाता है। आम जनता तक आसानी से पहुंचता है। सभी आम टी. वी. चैनल पर व्यावसायिक विज्ञापनों की भरमार है, चाहे वह न्यूज हो, धारावाहिक या मैच हो। ज्यादा से ज्यादा विज्ञापन दिखाकर, पैसा कमाने की होड़ लगी हुई है। चाहे इसके कारण किसी का कितना भी समय व्यर्थ क्यों न हो। मान्यवर, यह देखने में आता है कि धारावाहिक अगर चलता है, अगर वह आधे घंटे

का धारावाहिक है तो 15 मिनट का विज्ञापन है। उसमें कभी-कभी तो ऐसा भी दिखाई पड़ता है कि हम धारावाहिक में विज्ञापन देख रहे हैं या विज्ञापन में धारावाहिक देख रहे हैं। एक अजीब प्रकार की स्थिति निर्मित हो गई है और जो यह न्यूज है, समाचार हैं, इनकी भी यह स्थिति है। 5 मिनट के समाचार को देखने के लिए आम व्यक्ति को आधा घंटा टी. वी. के सामने बैठना पड़ता है और इसी कारण .....

SHRI N. JOTHI (Tamil Nadu): Sir, advertisements are much better and tastier than the serials.

श्री कलराज मिश्र: ये ठीक कर रहे हैं। ऐसी अजीब स्थिति का निर्माण हो रहा है, जबकि होना यह चाहिए कि एक घंटे में दस मिनट का विज्ञापन हो, तो कोई हर्ज़ नहीं है, लेकिन आज विज्ञापनों की भरमार है और जो मूल चीज है, वास्तविक चीज है, उसको कम समय देकर एक ऐसी स्थिति का निर्माण किया जा रहा है, जिससे आम आदमी यह महसूस करने लगा है कि आखिर हम क्या कर रहे हैं?

मान्यवर, इतना ही नहीं, विज्ञापन हैं, लेकिन विज्ञापन भी किस प्रकार हैं? विज्ञापन भी आजकल ऐसे हो रहे हैं, जो ज्यादातर अश्लील और हिंसा से युक्त हैं। लोगों का लगता है कि हां, यह अश्लीलतापूर्ण चीज है। आम आदमी के अंदर जो सहज रूप से आकर्षित होने वाली सारी चीजें हैं, वे उसकी तरफ जाती हैं और परिणाम यह होता है कि उसके अंदर का जो संस्कार है, उसका अवमूल्यन होता है और उस अवमूल्यन के कारण परेशानी बढ़ जाती है। ये विज्ञापन अश्लील हैं, हिंसा से युक्त हैं और दुर्भाग्य यह है कि TRP बढ़ाने के लिए जिस तरह से टी. वी. के अंदर सारी चीजें चल रही हैं, उनको बताने की आवश्यकता नहीं है, चाहे यह किसी भी ऑपरेशन के नाम पर किया जा रहा हो, लेकिन टी. वी. पर सारी अश्लील चीजें दिखाई जाती हैं और वे कहते हैं कि इसलिए दिखा रहे हैं ताकि TRP बढ़े। TRP बढ़ाने के नाम पर आज मर्यादाओं का अतिक्रमण और सामाजिक मूल्यों का अवमूल्यन हो रहा है। आज ऐसी स्थिति का निर्माण हो रहा है। जब TRP बढ़ती है, तो विज्ञापन ज्यादा मिलते हैं, और जब विज्ञापन ज्यादा मिलते हैं, तो उसमें इस प्रकार की अश्लील हरकतें दिखाकर, हिंसात्मक माहौल का निर्माण करते हुए, आम आदमी के चरित्र के साथ खिलवाड़ किया जा रहा है।

मान्यवर, अश्लीलता का संबंध वैचारिक चरित्र से भी है और अगर उस वैचारिक चरित्र को सुसंस्कारित नहीं किया गया, वैचारिक दिशा को एक सही दिशा प्रदान नहीं की गई, उसकी नैतिकता को उसके अंतर्गत अंतर्निहित नहीं किया गया, तो बड़ी खतरनाक स्थिति का निर्माण होगा और इसकी जिम्मेदारी इस इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पर होगी। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया इस जवाबदेही को कैसे निभा सके, इसके बारे में चिंता करने की आवश्यकता है इस बिल का प्रयोजन इस दिशा में काफी है। इसके माध्यम से सांस्कृतिक मूल्यों को हम किसी तरीके बरकरार रख सकते हैं, विद्यमान रख सकते हैं, यह भी एक महत्वपूर्ण पक्ष है।

उपसभापति जी, किसी भी क्षेत्र के विकास के लिए प्रतिस्पर्धा आवश्यक है। हर व्यक्ति कुछ अलग करने की सोचता है, लेकिन खोजी पत्रकारिता के नाम पर इधर जिस तरीके से इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से सारी चीजें की गई हैं, ये सारी बातें बताने की आवश्यकता नहीं है। यह सबके लिए चिंता का विषय बना हुआ है। हमारे सूचना और प्रसारण मंत्री जी ने स्वयं इस पर चिंता व्यक्त की थी कि खोजी पत्रकारिता के नाम पर एक तरह से अश्लील माहौल को पैदा करने की कोशिश की जा रही है और सेक्स के स्वरूप को लोगों के सामने नंगे तौर पर रखने का प्रयत्न किया जा रहा है। कहा जाता है कि अमुक का पर्दाफाश करने के लिए इस तरीके की चीज की गई, लेकिन यह तो लोगों के अंदर की नैतिकता को कुंठित करने का प्रयत्न है। ऐसी एक अजीब प्रकार की स्थिति का निर्माण किया गया है।

उपसभापति जी, आज विज्ञापनों में अश्लीलता की भरमार हो गई है। आज परिवार के साथ बैठकर समाचार देखना भी मुश्किल हो गया है। समाचार का समय ही एक ऐसा समय होता है, जब हम परिवार के साथ बैठते हैं, लेकिन उसमें भी जो अश्लील स्वरूप है, उसको देखकर एक परिवार में बड़े और छोटों के बीच में किस स्वरूप का निर्माण होता होगा, यह तो जो लोग बैठकर देखते हैं, उनको ही अनुभव होता है। एक बड़ी खराब स्थिति का निर्माण हुआ है। विज्ञापनों की दुनिया विश्वव्यापी हो गई है। मैंने प्रारंभ में ही बताया है कि पांच मिनट के समाचार को आधे घंटे में दिखाते हैं और अंतर करना मुश्किल हो गया है कि हम छोटे से समाचार को देख रहे हैं या समाचार के माध्यम से बड़ा विज्ञापन देख रहे हैं। आज यह स्थिति बनी है। महोदय, जो बिकता है, वही चलता है। जो बिक रहा है, वही चला रहे हैं। मान्यवर, इसी एक वाक्य में इस विधेयक की सारी मूल भावना सम्मिलित हैं एक वाक्य - जो बिकता है, वही चलता है सारी चीजें बिक जाएंगी, हम कहीं भी नहीं रह जाएंगे। इसलिए इसके लिए कोई-न-कोई एक सुनिश्चित नियामक तंत्र की स्थापना करनी पड़ेगी, ताकि ऐसी अवमूल्यन की स्थिति का निर्माण न हो सके। मान्यवर, नवजात बच्चे के भी प्रोग्राम की जगह विज्ञापन आकर्षित करते है। छोटे-छोटे बच्चों को भी विज्ञापन आकर्षित करते हैं। उनमें चैतन्यता आ जाती है इस देश में जब पहली बार चाय आई, तो सबको चौराहों, चट्टियों पर मुफ्त चाय पिलाई जाती थी। आज भारत दुनिया में सबसे ज्यादा चाय पीने वाला देश बना है। यह विज्ञापन की ही विद्या का चमत्कार है।

संचार क्रान्ति ने जहां हमें एक दूसरे के करीब ला दिया है, वहीं युवा पीढ़ी की सोच को एक नई दिशा प्रदान की है। आज पाश्चात्य देशों की अच्छाइयां अपने साथ-साथ बुराइयां भी हमारे पास लेकर आई हैं। अश्लीलता ने हमारे समाज को अपने अन्दर गहराई तक जकड़ लिया है। इससे समाज का हर वर्ग, समुदाय परेशान है, खास तौर पर महिलाओं के लिए यह अभिशाप बन चुका है। नारी को पूजने वाले देश में आज स्त्री को उपभोग की वस्तु मानकर दिखाया जा रहा है, उसे वस्तु बनाकर दिखाया जा रहा है। धारावाहिकों और विज्ञापनों में महिलाओं के अश्लील,

अभद्र चित्रण से सारा समाज दुखी है। विज्ञापनों में नारी के देह के बल पर अपनी वस्तुएं बेची जा रही हैं। जिन वस्तुओं से नारी का दूर-दूर तक वास्ता नहीं, उसको बेचते हुए कम कपड़ों में नारी देह का प्रदर्शन सभ्य समाज का कौन सा दर्शन है। हद तो धारावाहिकों में हो रही है, जिनमें महिलाओं को षडयंत्रकारी और अत्यन्त ही पथभ्रष्ट दिखा कर भारतीय महिला की छवि के साथ खिलवाड़ किया जा रहा है। समाचार के मुख्य समय में गर्भ निरोधक का प्रचार अत्यन्त घटिया ढंग से दिखाया जाता है। इसका समय दूसरा और इसमें शालीनता होनी चाहिए। टीवी चैनलों पर अश्लीलता दिखाए जाने के बारे में महिला समूहों, शिक्षाविदों एवं उपभोक्ता संगठनों से सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय को अनेक शिकायतें भी लगातार मिलती रही हैं।

मान्यवर, राजस्थान उच्च न्यायालय ने 28 सितम्बर को एक फैसला दिया। वहां विद्वान न्यायाधीश शिवकुमार शर्मा व करणी सिंह राठौड़ ने यह आदेश दिया कि दूरदर्शन के धारावाहिकों और विज्ञापनों के अश्लील चित्रण के प्रदर्शन पर रोक लगाई जाए। न्यायालय ने यह कहा कि कार, तम्बाकू, इलेक्ट्रॉनिक्स इन्वरटर्स, शेविंग क्रीम आदि के विज्ञापनों में कम कपड़े पहने महिलाओं की तस्वीर दिखाने पर तत्काल रोक होनी चाहिए। क्या कूलर का विज्ञापन करते समय किसी लड़की का मिनी स्कर्ट हवा में कमर से ऊपर तक उड़ेगा, तभी कूलर की बिक्री होगी और उसकी विशेषता जनता की समझ में आएगी? मान्यवर, ये सारी चीजें विज्ञापन के माध्यम से दिखाई जाती हैं।

प्रचार ने आज के युग में महत्वपूर्ण स्थान ले लिया है। हर आदमी को, चाहे उसे अपने विचार दूसरों तक पहुंचाने हों या किसी वस्तु को बेचना हो, उसे प्रचार करना पड़ता है। प्रचार की इस कड़ी में विज्ञापन का सहारा लिया जाता है। इस बात में कोई मतभेद नहीं कि प्रचार के लिए विज्ञापन का सहारा लेना आवश्यक है और उचित भी है। परन्तु जब विज्ञापन समाज की मर्यादाओं को पार कर हमारी संस्कृति पर वार करने लगता है, तो इसमें हस्तक्षेप जरूरी है।

मान्यवर, विज्ञापन संहिता बनाई गई और विज्ञापन संहिता के माध्यम से कोशिश की गई कि इस प्रकार की सारी चीजों पर नियंत्रण रखा जाए, जो मर्यादा का अतिक्रमण कर रही हैं। लेकिन वह मात्र संहिता ही बन कर रह गई। उसका कहीं प्रभावी उपयोग नहीं हो पाया और वह संहिता नियंत्रण करने में नाकाफी साबित हुई है। मान्यवर, मैं पहले बच्चों से सम्बन्धित विज्ञापनों पर जरूर बताना चाहूंगा कि छोटे बच्चे बड़े सहज और बड़े स्वाभाविक बुद्धि के होते हैं। उन्हें किसी भी स्तर पर, किसी आधार पर विश्वस्त किया जा सकता है जब उनके सामने कोई विज्ञापन आता है कि अगर लम्बा होना है, तो और कोई पद्धति नहीं काम करेगी, लेकिन कंप्लान पी लोगे, तो लम्बे हो जाओगे। वह बच्चा ''कॉम्प्लान'' के लिए मांग करता है। इसी तरीके से ''चिप्स'' वगैरह का प्रचार होता है। उस ''चिप्स'' के प्रचार के लिए कार्टून के आकार की छोटी-छोटी चीजें मिलती हैं। उस कार्टून के आकार का जिसे ज्यादा बच्चे देखते हैं, छोटा-छोटा प्लास्टिक का

बना सामान मिलता है। उस सामान को खरीदने के लिए बच्चा कहता है, ''चिप्स खरीदो, चिप्स खरीदो।'' उन बच्चों को उस तरीके से आकर्षित करने की कोशिश की जाती है। अब बच्चे वे कार्टून देखते हैं और उन में उन चीजों को खरीदने की होड़ लगती है। कई बार वे उन प्लास्टिक की चीजों को एक दूसरे पर फेंकते हैं जिससे कि उन्हें चोट भी लगती है। मान्यवर, एक सीरियल आया था और शायद वह अभी भी चल रहा होगा जिसका नाम ''शक्तिमान'' था। अब शक्तिमान क्या कहता है, वैसे बच्चे हो जाएंगे। उस सीरियल को देखने के पश्चात् उसे ध्यान में रखते हुए अनेक विज्ञापन बनाए गए। बच्चा उस विज्ञापन को देखकर ''शक्तिमान'' बनने के लिए उस चीज को ग्रहण करता है और उस तरह की हरकत भी करता है जिस कारण कई दुर्घटनाएं घटित हो गयी हैं। कई बच्चे अकाल समय में काल-कवलित हो गए हैं। इन विज्ञापनों का इतना दुष्प्रभाव है। आज ये शक्तिमान बाद में क्या संदेश देते हैं, वह तो उस में नहीं आता, लेकिन दिखाया इस तरह जाता है कि ऐसा करोगे तो ''शक्तिमान'' हो जाओगे। इस प्रकार का इन विज्ञापनों का दुष्परिणाम है जिस में कई जानें भी चली गयी हैं।

मान्यवर, आज नई-नई प्रकार की चिकित्सा पद्धति का विकास हो रहा है। पारंपरिक वानस्पतिक औषधियों की आड़ में करोड़ों रुपयों का व्यापार हो रहा है। विज्ञापनों के जरिए आयुर्वेदिक और हर्बल दवाओं का इलैक्ट्रोनिक मीडिया में खूब प्रचार होता है। जड़ी-बूटियों के नाम पर दवाओं के बड़े-बड़े दावे किए जा रहे हैं कि फलां हर्बल दवा लेने से मोटापा दूर हो जाएगा, बदन छरहरा बन जाएगा, सिर पर बाल आ जाएंगे और आप में जवानों जैसी ताकत आ जाएगी। अनेक तरह के ऐसे विज्ञापनों के जरिए ऐसी दवाओं का खूब प्रचार हो रहा है। यह बिना जाने कि इन दवाओं में क्या मिला है, उनका प्रचार होता है जिस कारण कई बार उन का बड़ा भयंकर प्रभाव होता है। कई बार स्वास्थ्य की दृष्टि से इतना खतरनाक प्रभाव होता है कि लोग असाध्य रोग से ग्रसित हो जाते हैं। यह इन विज्ञापनों का जबर्दस्त प्रभाव है। मान्यवर नीम हकीम द्वारा तैयार की गयी ये दवाइयां मनुष्य के लिए बहुत ही हानिकारक हैं। कई बार इन दवाओं में भारी धातु जैसे पारा और शंखिया भी शामिल होता है। विभिन्न चैनल बिना जांच-पड़ताल के पैसा कमाने की दृष्टि से इन दवाओं का विज्ञापन दिए जा रहे हैं और लोगों को रोगी बना रहे हैं।

3.00 P.M.

मेरा इस बिल के माध्यम से सुझाव है कि एक ऐसी अथॉरिटी बने जो यह सुनिश्चित करे कि इन विज्ञापनों में सही जानकारी दी जा रही है। इन दवाओं का विज्ञापन यह दिखाए कि दवा उस अथॉरिटी द्वारा प्रमाणित है। मान्यवर, आज शराब और नशीले पदार्थों के विज्ञापनों पर सरकार ने प्रतिबंध लगा दिया है जोकि एक सराहनीय कदम है, लेकिन शराब की इन कंपनियों ने अपने उत्पाद के विज्ञापन के नए-नए तरीके ईज़ाद किए हैं। ये कंपनियां छद्म रूप से शराब के लेबल दिखाती हैं और उन में सेब का जूस, सोडा या पानी बेच रही हैं। इस तरह के विज्ञापनों पर प्रतिबंध लगना चाहिए क्योंकि इस प्रकार से एक तरह से उस शराब की

कंपनी के ब्रांड का ही प्रचार किया जा रहा है और साथ ही हमारे कानून की धज्जियां भी उड़ायी जा रही हैं। मान्यवर, विधेयक के माध्यम से मैं कहना चाहूंगा कि हमें भारतीय मूल्यों को सभ्यता के दायरे में रखकर ही कोई भी कार्यक्रम या विज्ञापन बनाने के लिए सरकार को एक ऐसी अथॉरिटी बनानी चाहिए जो कि अश्लीलता को भारतीय परिवेश में पारिभाषित कर इन पर निगाह रखे और निगरानी करते हुए नियंत्रण कर सके। इसकी आचार-संहिता हो और इसको बाइपास बनाकर प्रतिबंधित विज्ञापन के प्रदर्शन पर कड़ाई से रोक लगे। अश्लीलता पर बार-बार बहस होती है। आवश्यक है कि इस पर नजर रखने के लिए एक समिति बनाई जाए, जिसमें इस क्षेत्र के विशेषज्ञ शामिल हों।

अश्लीलता एक सापेक्ष फेनॉमेना है और इसकी परिभाषा समय-समय पर बदलती रहती है। दरअसल, भूमंडलीकरण की नीतियों ने जिस तरह से देशों की सीमाएं खत्म की हैं और विश्व-ग्राम की परिकल्पना सामने रखी है, उसकी बाजार के सन्दर्भ में तो एक प्रासंगिकता है, लेकिन भारतीय समाज अचानक अमरीकी समाज में तबदील हो जाए, यह कैसे सम्भव हो सकता है? टी॰ वी॰ चैनल्स इस तरह की मानसिकता का इजहार कर रहे हैं। विज्ञापनों की दुनिया भी अब बेहद ग्लैमर भरी है और साथ ही लोगों के लिए उत्सुकता का केन्द्र भी रही है।

वर्तमान में यह कहना अनुचित नहीं होगा कि फिल्मों में जिस गति से हिंसा, अश्लीलता और भौंडापन बढ़ा है, वह सेंसर बोर्ड के अस्तित्व पर ही एक बड़ा सवाल है। सेंसर बोर्ड बिना लाठी का रखवाला बनकर रह गया है। टी॰वी॰ कार्यक्रमों पर भी सेंसर नियमनों को लागू किया जाना चाहिए, ताकि उनमें छुपी या बेशर्मी से दिखाई जाने वाली अश्लीलता को रोका जा सके। हमको इस बात का भी ध्यान रखना पड़ेगा कि क्यों पूर्ववर्ती नियम-कानून इनको सीमा में रखने में नाकाम रहे हैं।

इसलिए मान्यवर, हमने इस विधेयक को प्रस्तुत करते हुए मांग की है कि विज्ञापन के नियमन के लिए, उसको मर्यादित करने के लिए, उस प्रकार की एक अथॉरिटी बनाई जाए। उस अथॉरिटी के द्वारा प्रमाणित होने के पश्चात् ही विभिन्न क्षेत्रों का जो विज्ञापन दिया जाता है, वह दिया जाए, तो ज्यादा अच्छा होगा। यह इलेक्ट्रॉनिक मीडिया अपने चैनलों के माध्यम से इसको बड़ी ही जिम्मेदारी के साथ दिखाने का प्रयत्न करे, तो मैं समझता हूं कि इस विधेयक की सार्थकता भी होगी और हम आम आदमी को जिस संस्कार से सुसंस्कारित करना चाहते हैं तथा जिन नैतिक मूल्यों को उनके अन्दर लाने की दृष्टि से प्रयत्नशील हैं, उसको भी किसी-न-किसी हद तक ला सकने में हम सक्षम हो सकेंगे, समर्थ हो सकेंगे। यही कह कर मैं इस विधेयक को यहां विचारार्थ प्रस्तुत करता हूं। धन्यवाद।

SHRI SHANTARAM LAXMAN NAIK (Goa): Mr. Deputy Chairman, Sir, I thank you for giving me the opportunity to speak on the Commercial Advertisements on Electronic Media (Regulation) Bill, 2005 moved by

Shri Kalraj Mishraji. Sir, in principle, it is a good Bill in the sense that it covers many aspects on which all of us can agree. One thing is that if such a Bill becomes a law, there is no doubt that there will be so many difficulties in implementing the provisions contained in the Bill on account of the fundamental rights of freedom of speech and expression, enshrined in our Constitution. Therefore, every word that a future law on this aspect may contain will have to be tested by the provisions of the Constitution. One thing that is bad about any advertisement is misrepresentation. If I tell something which is not true, that is a thing which the society should not accept, and, that is a thing which will hurt the society the most. Therefore, as far as the content of the Bill is concerned, I think, misrepresentation before the public is one vital aspect which people have to consider.

Now, let us see as to what has been misrepresented by various advertisement. Mishraji, had you advised your own party some years back, when 'India Shining' campaign was there, many things could have been saved. This is the principle that you have set in this country. When there was nothing shining, you made people to believe India Shining, Shining and Shining.

At least, these are those advertisements of soap and other items but you advertised the whole thing, which did not exist, and, thereby fooled the people. Therefore, your advice ought to have been given to your party leaders. That is what I want to say. ...*(Interruptions)*...

SHRI N. JOTHI: I also want to say the same thing, Sir. ...*(Interruptions)*...

SHRI SHANTARAM LAXMAN NAIK: I will come to your State at the end because I know that you will create problem ...*(Interruptions)*...

SHRI N. JOTHI: In Tamil Nadu, in the morning, we have to see the photos of Karunanidhi, Dayanidhi Maran and T. R. Baalu in the newspapers daily ...*(Interruptions)*... In the morning, we have to see this ...*(Interruptions)*...

MR. DEPUTY CHAIRMAN: You can participate in that later on.

SHRI SHANTARAM LAXMAN NAIK: Sir, the last thing which I want to say is that ...*(Interruptions)*.. Mr. Deputy Chairman, Sir, I would like to take up at last the matter regarding his State.

MR. DEPUTY CHAIRMAN: Please come to the Bill, not his State.

SHRI SHANTARAM LAXMAN NAIK: Sir, we have to appreciate one thing about media in what they have done in the past and what they are still doing. For instance, the cinema media or the television media, what various agencies in the country, what all of us could not do, that is, to propagate "our national language, Hindi, this television and cinema media have done. We have to recognise this aspect. The media has played a very important and vital role. Therefore, I would like to recognise this vital aspect first before coming to the other aspects of advertisement, etc. In today's advertisement aspect—I am coming to news also—if we consider also the news coverage, what is the coverage given to the Parliament by the print media and the electronic media. Entire Question Hour contains very vital information given by the Government. Very vital questions are asked by the hon. Members. But, you see, even if a question is covered, out of the several questions, even if the one, single, question is covered, the media will say, "today while giving reply to a question in Rajya Sabha or Lok Sabha...". Even the name of the Member is not mentioned. Even the AIR does not mention the name of the person who puts the question. I do not know what is the code they are following. So, only one or two questions are covered. Very vital debates take place.

MR. DEPUTY CHAIRMAN: For that, Mr. Kalraj Mishra has said that by mentioning the name their TRP will not increase.

SHRI SHANTARAM LAXMAN NAIK: Very vital debates have taken place in the past. But, hardly one or two minutes are given to the content of debates. So, this is the era in which we are going. The print media, as you see, even if a social worker or a politician works for 25 years or 30 years in his social life or political life, he will not get a front page photograph on any of the leading national daily. But if you join a film, if that film gets ready on Friday, on Saturday, you wil get a place in the print media. So, within one week, one actor or one actress gets front page photograph, which any one of us will not get in 30 years or 40 years of service. This is the status of print media. Same thing is now happening with electronic media. Nobody questions the advertisement of various types. In the sense, a soap advertisement says, if you apply that soap, you will become *gora*. If you are *kala*, you can become *gora*. Even when misrepresentation is taking place to this extent, why should the Government keep quiet on this misrepresentation? Children are told, if you take a particular type of

milk drink, next day you can asnwer questions asked by the teacher smartly. You don't have to worry about the things. You don't have to worry on football ground or cricket ground, if you take the particular drink. Are these things left to the person who produces them in an advertisement? Or, are they to be questioned and to be told that you please don't mislead the country, the children or women or whoever they are? This sort of freedom of misrepresentation is nowhere there in the Constitution. Freedom of expression and speech is there. But freedom of misrepresentation! Where is it? Therefore, these questions should not be asked just because Amitabh Bachchan is saying, "च्यवनप्राश खाओ" or even for those *golis* or stomach upset tablets! Today, for even small and small things, big personalities are coming on T.V. Why this Hajmola? So, therefore, where are we going? I remember, some years back, I had seen a calendar of Hema Malini*ji*? who is an hon. Member of this House, on a *beedi* advertisement. As rightly pointed out by Mishra*ji*, what has *beedi* got to do with Hema Malini*ji*? Therefore, there should be some deterrent. Now, Sir, you have provided a good provision, punishable with three years. I think it is a right provision. But, in some respects, there must be different type of punishment. In some matters which are very serious, there must be compulsory punishment and no fine. Rs. 10 lakhs or Rs. 20 lakhs, anybody can pay this. If the option of fine or imprisonment is given, these people are ready to pay. Therefore, in case of some matters, compulsory imprisonment has to be provided. Now, as far as this advertisement is concerned, what affects a person as misrepresentation is the prices. Now, I think, a soap which costs Rs. 15 can cost only Rs. 5 if this advertisement part is not there. I can understand advertisement to the extent of giving information of the products to the consumers. To a limited extent, it can be understood. Now, in the component of a product accordingly, for Rs. 15 soap, Rs. 10 is the cost of the advertisement. So, we are paying Rs. 10 for nothing. And, therefore, while determining the cost of this product, the intervention of the Government has to be there. And the component of the cost has to be checked by appropriate authority; otherwise, poor man is paying Rs. 10 for nothing. In other words, even to see advertisements, we are paying money, although we are sitting in our houses. Then, in this advertisement, and an advertisement in print media, a law should be enacted to make displaying of prices compulsory. I can understand in various States, there are various types of taxes. So, you cannot have a

fixed price, but I think in modern days of taxation structure, uniformity of pricing is being achieved and in any case, that cannot be an excuse. You can say cost plus this thing or whatever it is. But the showing of price of products, whether in print media or in the electronic media, should be made compulsory. Then comes, the question of advertisements of religion. Now, the question is: How far we should go in avertising the religious principles or religion? You see, in the morning, after 5 or 6 or 7 or 8 o'clock, every channel you press, there will be a *sadhu* coming, preaching something or the other. This is also an advertisement. It looks odd that along with these products, our religious people are coming to preach religion in this fashion. It is a very sensitive matter, but whether such thigns should be there or not. I am also of the opinion that it is very difficult to curtail such a thing because everybody has got the freedom of expression and speech. But the society, at large, has to think as to where are we going in this manner. Is commercialisation of our religious preaching in this fashion worthwhile? Is it going to lead to a better cause of this religious principles that are being taught? Besides this thing, in some matters, superstitious principles are being taught. The Bill moved by Shri Mishra*ji* very clearly states that the advertisement should not contain anything which is not in the Constitution. It should not be anti-Constitutional. So in the principles, in the Constitution and in our Directive Principles, it is very well said that certain things which are superstitious should not be permitted. In fact, scientific temper is what Indira*ji* specifically mentioned in the 20-Point Programme. Therefore, any programme, which preaches superstition, should be stopped. People may believe in *raashis* and all these things. There are all these programmes now. But the manner in which they exaggerate things, is objectionable. Even a child in love is shown. One can understand that these *raashis* have become the weekly thing. But the manner in which they are depicting the things is objectionable. Nobody can imagine that in any *raashi*, such contents can be there. Therefore, to what extent, are we going to allow this? The same thing is there with regard to stones. There are advertisements in respect of stones, blue stone, white stone and whatever it is. Are these things to be allowed in the name of freedom? Mishraji has referred to medicines. This, in fact, is more dangerous than stones. If somebody puts a stone, it does not matter. So far as money is concerned, you can put it in a bank and take out. Whatever it is. But as far as medicines are concerned, there are several types of medicines, and nowadays, people are aware

that ayurvedic and homeopathic medicines show their effect only after 15 days or 30 days. So, to remove that impression, they put steroids in those medicines. Therefore, where is the control? Nobody has any control. Now, one may or may not take a soft drink. But as far as medicines are concerned, people have to take medicines for one ailment or the other. Therefore, if there is no control by the authorities, then, there will be health problems everywhere. Now, again, as I was saying, what should be depicted in the advertisements and what is its news value, one does not know. Last week, you must have seen on the TV that Abhishek Bachchan's proposed marriage with Aishwarya Rai was taking away most of the time. Any channel you click, the same thing was shown in that channel. Earlier, the divorce of Karishma Kapur with her husband was shown on TV. So many things about them were shown. Ultimately, they came to Goa, stayed in a hotel, and that was also the news. With the passage of time, the couple has united. Okay. As far as cases against the film actors are concerned, suppose, Salman Khan goes to a court, then, one man will stand on the road and puts various types of questions. Where has Salman Khan reached? Whether he is coming by car or on foot? What time will he take to reach the court? And when he comes to a court, he will ask as to what has happened in the court. There is no other news except him. Only Salman Khan news is there A small incident relating to Salman Khan will be shown for half an hour, leaving aside all the news. The media people have to apply their mind. They put the blame on the people. They say that people want it. Since they are showing it, people are enjoying these programmes. It is okay. Here, you have to fix the responsibility on the electronic media and the print media so that proper things are shown in a proper manner.

As far as cartoons are concerned, I fully agree that the products tableau which are sold in the market, had a market of crores of rupees. small things are there. Our children go to buy chips. They buy them not for chips, but for the small thigns inside the chips.

Lastly, I will submit one more thing. These days, there is a channel war. In Tamil Nadu, one channel and one Government tries to kill the other channels absolutely so that in the entire State of Tamil Nadu, one channel remains, and all other channels should be killed so that they have no voice. This sort of channel war is going on in the State of Tamil Nadu in a very, very dictatorial manner. A law has been enacted only for the purpose of saving the channel of the ruling party there.

SHRI N. JOTHI: No, no. It is not meant for the Ruling Party of Tamil Nadu. It is meant for the ruling partner of the UPA. You are having 14 channels. You are controlling 14 channels. Please remember that.

MR. DEPUTY CHAIRMAN: Mr. Naik, you come to commercial advertisements. Don't mention about Tamil Nadu.

SHRI N. JOTHI: Sir, half of it is correct because, one particular person is controlling the whole media in Tamil Nadu ...*(Interruptions)*...

SHRI SHANTARAM LAXMAN NAIK: The ruling party is trying to control the media because they are in power in the State of Tamil Nadu. They are enacting a law ...*(Interruptions)*... Therefore, I hope that good sense will prevail upon everybody. Thank you very much.

श्री राम नारायण साहू (उत्तर प्रदेश): उपसभापति महोदय, जैसा कि मिश्र जी जो बिल लाए हैं, उसके बारे में यह बात बिल्कुल सही है कि आजकल जो विज्ञापनों का स्तर है वह बहुत ज्यादा गिर गया है। जो विज्ञापन आ रहे हैं या जो फिल्में आ रही हैं तो उसके अंदर जिस ढंग से दिखाया जा रहा है और जिस ढंग से परोसा जा रहा है यह वास्तव में सही बात है कि हमारे परिवार में भी बच्चे हैं और मैं समझता हूं कि और लोगों के साथ में भी मजबूरियां हो सकती होंगी जिससे कि चैनल चेंज करना पड़ता है और इस कारण हम लोग देखना पसंद नहीं करते। ठीक है विज्ञापन है, अगर वह सादे ढंग से दिखाया जाता है और उसके अंदर बतलाया जाता है, तो ठीक है।

आज यही हाल पिक्चरों का भी है। आज से 25-30 साल पहले जो पिक्चरें बना करती थीं और आज की जो फिल्में हैं, जिस तरीके से उनके अंदर हल्कापन दिखाया जाता है और जिस तरीके से जो कभी प्रेम करते हुए दिखलाते थे कि दो फूल एक साथ मिला देते थे और दो कबूतरों को भी एक साथ दिखलाते थे वह आजकल फिल्मों के अंदर खुल्लमखुल्ला दिखलाया जाता है और उसके अंदर बाकायदा गवर्नमेंट का सर्टिफिकेट लगा हुआ है। सरकार यह क्या दिखलाना चाहती है, क्या बतलाना चाहती है, यहां के लोगों को क्या संदेश देना चाहती है, यह हम समझ नहीं पा रहे हैं।

यह जो न्यूजपेपर मीडिया है, आजकल जैसा बताया कि बहुत होड़ लगी हुई है, तो न्यूज पेपर मीडिया में भी बड़ी होड़ लगी हुई है। हर पेपर के साथ, बीच में उसके अंदर एक सप्लीमेंट्री लगा हुआ होता है। उसके अंदर डिफ्रेंट-डिफ्रेंट होते हैं, लेकिन उसके अंदर इतने गन्दे पोज होते हैं, इतने गन्दे सीन होते हैं, कि कोई आदमी उस पेपर को लेकर घर नहीं जा सकता है। न्यूज पेपर अलग है और उसके अंदर चार पेज का यह सप्लीमेंट्री अलग लगा होता है। सरकार को उसके ऊपर सोचना चाहिए और देखना चाहिए, मतलब हर चीज की कोई सीमा होती है। लेकिन कोई

बोलने वाला नहीं, कोई टोकने वाला नहीं, कोई रोकने वाला नहीं है और यह खुलेआम फिल्मों के जरिए, पेपर मीडिया के जरिए और टी॰ वी॰ चैनलों के जरिए दिखलाया जा रहा है। जहां तक कुछ जो धार्मिक चैनल बताए जाते हैं, तो इन धार्मिक चैनलों के बारे में मैं नहीं कहूंगा, क्योंकि वे हमारी भारतीय संस्कृति से संबंधित हैं। अगर कहीं पर कुछ गलत आ रहा है हम नहीं कह सकते। लेकिन बहुत अच्छा आ रहा है चाहे वह आस्था चैनल हो, चाहे संस्कार चैनल हो, उससे हमको बहुत कुछ सीखने को मिलता है, बहुत कुछ जानने को मिलता है और कौन आदमी उसको किस निगाह से देखता है, इसको मैं नहीं कह सकता। मैं नहीं समझता हूं कि उसके ऊपर कोई रोक लगाई जानी चाहिए। लेकिन मैं इतनी सी बात कह कर खत्म करूंगा कि जो सिनेमा है, जो टी॰ वी॰ सीरियल हैं, जो पेपर मीडिया है, इसके अंदर जो भी चीजें आ रही हैं, उसके ऊपर सरकार को बड़ी गंभीरता से लेना चाहिए, जिससे हमारी आने वाली जेनरेशन और हमारी आने वाली पीढ़ी के ऊपर बुरा असर न पड़े। धन्यवाद।

श्री एम॰ एस॰ गिल (पंजाब): उपसभापति जी, मुझे अभी कहा गया कि आप इस पर कुछ बोलिए। मैं समझता हूं कि इस पर मुझे बोलना चाहिए। मैंने कलराज मिश्र जी के भाषण को बड़े ध्यान से सुना है। वह हिन्दी विद्वानों को बोलते हैं, मैं बाजार की बोलूंगा क्योंकि ज्यादा जनता तक शायद मैं पहुँचूंगा। मैं इनको बधाई देता हूं। इनका जो बिल है वह अंग्रेजी में है, उसकी ड्राफ्टिंग बढ़िया है और मैंने सब पढ़ा है और मेरी अक्ल में सब सही है। यह विषय भी बड़ा जरूरी है। अब हम एक लिबरलाइजेशन माहौल, यह शब्द अंग्रेजी का हर जिंदगी के पहलू के ऊपर हावी हो गया है। लिबरलाइजेशन के नीचे किसी तरह कुछ भी कर लो, वह जायज है और आपको उसकी लाज़िमी तौर पर तारीफ़ करनी है। जो नहीं करेगा वह समय के साथ नहीं है। यह लिबरलाइजेशन प्रेस की तरह आई और टी॰वी॰ की तरफ भी आई। टी॰वी॰ का समां मेरे जैसे लोगों ने देखा है, जब बेसिकली दूरदर्शन और आल इंडिया रेडियो ही था। उसके रेस्ट्रिक्टिड प्रसारण होते थे और अब अगर यह खुला है, तो अच्छी चीज़ है यह खुला है। मुझे याद है पंजाब में, अब तो हंसी आती है, उस वक्त बड़ी चिंता थी, मैं भी वहां सरकार में था, तो गोल्डन टेम्पल रेडियो, भाई साहब आज भी पंजाब में हैं, वह चला रहे हैं। उस समय सारा देश हिल रहा था कि पता नहीं क्या करेंगे। वह ड्रामा कर रहे थे कि ट्रांजिस्टर लेकर खड़े हो, कहते हैं कि चल गया। आज जो धार्मिक चैनल्स की बात कही है, तीन-चार हैं, सारे धर्मों को जैसे-जैसे ग्रिप करें, सारे साधुओं के प्रवचन दिखाते हैं, मैं साधुओं को ज्यादा नहीं मानता, लेकिन ऊपर थोड़ा देखता है। वह बात अलहिदा है। लेकिन पाठ-पूजा, कीर्तन, शब्द, भजन, सब कुछ आता है, तो लोगों को आजादी है कि वे देखें, जिसको देखना है, वह देखे, इसमें किसी को कुछ कहना नहीं है। इससे मैं सहमत हूं। हां, अगर वह दवाइयां वगैरह में क्लेम करें, तो दवाइयों में होम्योपैथी है, ऐलोपैथी है, इसके बारे में, मैं जरूर कहूंगा। लेकिन एक चीज़ जरूर देखने में आती है, लिबरलाइजेशन में चैनल खुल गये हैं, रोज़ नये खुल

रहे हैं, हर एक अखबार ने, हर एक सेठ ने चैनल ले लिये हैं और जो पीछे हैं, वे फटाफट खोले जा रहे हैं। आप भी देख रहे हैं। उन लोगों में इतना कम्पटीशन है कि वे हम लोगों के काम पर भी कहते हैं कि एक धमाका लेकर आना, नहीं तो चैनल कैसे चलेगा। उसकी एक स्ट्रीम कहां जा रही है, यह भी मैं सोचता हूं। लेकिन जैसा भी है, ये खुलें और इसमें यह जो संस्कृति के मामले हैं, एंटरटेनमेंट के मामले हैं, सीरियल्स के मामले हैं, इनमें भी इसका असर डटकर हो रहा है और वह अपना-अपना कर रहे हैं। मैंने सीरियल्स की बात कही, मैं सीरियल देखता नहीं हूं, लेकिन कभी थोड़ा सा ... और यह नुक्ता ठीक है। सीरियल्स में ...(व्यवधान)... मंत्रीगण, मैं आपसे अर्ज करूं। मंत्री जी, प्लीज। आप हमारे साथी हैं, अब आप मंत्री हैं, आप बात सुन लें। ...(व्यवधान)... आप वहां जाकर कर लें, मैं तो इतनी अर्ज करूंगा। जो सीरियल्स हैं, उनमें एक वैल्यु सिस्टम है, मैं कभी दस मिनट उनकी झलक देखूं तो पता लग जाता है। उसमें सारे हमारे कुटुम्ब में जो घर का परिवार होता है, उसमें सास, मां, बहू, दूसरी बहू, तीसरी बहू इतना गलत दिखाते हैं, स्त्री की जगह कहां है हिन्दुस्तान में और इतना गलत उसको दिखाते हैं, ये क्या पढ़ा रहे हैं? मुझे नहीं पता, डर लगता है, लेकिन वे करते हैं। बाकी जो कुछ है वह सारा कुछ देखने में आता है। अब तो कैलेंडर का हर साल इंतजार होता है और वे कैलेंडर्स कैसे-कैसे हाथ जोड़कर लिये जाते हैं और अगर कैलेंडर या कोई और चीजें हैं जहां एडवरटाइजिंग देखना हो, कुछ भी देखना हो, कुछ भी लोगों को बताना हो, तो उसका एक ही है कि एक नंगी नारी दिखानी है, तो यह हम लोगों को कहां शोभा देता है? बात इतनी है और सारी तरफ हो रहा है इसलिए उसमें जिक्र हुआ, मैं भी ध्यान से देखता हूं कि हम तीन यार मिल बैठें - आप, मैं और सोडा। सोडा होगा तो सोडे के साथी भी तो हैं। मैं तो थोड़ा बहुत जानता हूं, आप भी सारे जानते हैं - आप तसलीम नहीं करेंगे - मैं कह भी दूंगा। अब यह कैसे अलाऊ हो सकता है? अगर आपने रोकना है तो सच्चे दिल से रोकें - चाहे पिछली सरकार हो चाहे आज की - नहीं रोकना है तो सामने आकर कहें कि जैसे वेस्ट में होता है या कहीं और होता होगा कि यह सारा चलने दो, क्योंकि एक वह भी परम्परा या विचार है कि सिटिज़न खुद ही फैसला कर लेगा - चाहे बच्चा हो, चाहे औरत हो, चाहे आदमी हो। हमारे यहां ऐसा नहीं है क्योंकि यह जो लिबर्लाइजेशन से वेस्टर्न सिचुएशन आयी है, एक तरफ तो यह वेलकम है, क्योंकि कुछ खुला है, जिसने भी अपने-अपने विचार रखने हैं, चैनल जो हैं, केबल का भी मैं देखता हूं, लेकिन केबल वालों की भी बहुत ज्यादती है और इसे बैलेंस में लाना है और सरकारों को लाना है - चाहे इधर की हों या उधर की हों, मैं इस झगड़े में नहीं आऊंगा - पर मैं देखता हूं और सोचता हूं, मोनोपोलीज़ भी होंगी, जो कुछ भी हो, लेकिन एक तरफ जो आपने कहा कि हां, कांस्टीट्यूशन में इनडिविजुअल सिटिज़न राइट्स हैं, राइट टू इनफॉर्मेशन है, अन्य राइट्स हैं, उसमें क्या होगा? लेकिन मैं यह भी जानता हूं कि कॉन्स्टीट्यूशन की डॉक्ट्रेन सुप्रीम कोर्ट ने लगाई है, इलेक्शन कमीशन ने, किसी वक्त हम लोगों ने उसका नोटिस लेकर इसका यूज़ किया था, कहने के लिए, कि हम यह करते हैं और अगर हमें कोई ले जाए तो प्लीज़,

सुप्रीम कोर्ट ले जाए। लेकिन मुझे तसल्ली थी कि हम जीतेंगे क्योंकि सुप्रीम कोर्ट की एक रीज़नेबल रिस्ट्रिक्शन की डॉक्ट्रेन निकाली हुई है, इंडियन सुप्रीम कोर्ट की, रीजनेबल रिस्ट्रिक्शन, even on Fundamental Rights etc. बाकी नहीं मैं जानता, विद्वान लोग बताएंगे? अब इसमें जो इन्होंने निकाला है, उसमें कोई भी चीज़ मुझे गलत नहीं लग रही। Advertising जो है, उसमें कोई रेस, कास्ट, नेशनेलिटी या कॉन्स्टीट्यूशन के खिलाफ या इनसाइटमेंट टू क्राइम या कोई भी दुख पैदा करता है या गलत वेल्यूज़ पैदा करता है तो आप उनको रोको। आगे, महिलाओं का तो सारा ही लिखा है कि उनकी कैसी इमेज आप दिखाते हैं, क्या उनको मिसयूज़ करते हैं, क्या उनकी शक्ल और अक्ल को आप मिसयूज़ करते हैं? अक्ल की तरफ तो आप जाते ही नहीं हैं, तो यह क्या हो रहा है? टोबैको, सिगरेट, लिकर - मैं हमेशा सोचा करता हूं और कहा करता हूं कि सिख धर्म में गुरू गोबिन्द सिंह ने एक काम तो कर दिया कि 1700 में उन्होंने तम्बाकू और नशा बंद कर दिया। सिखों की कमजोरी, सब कुछ वे बंद नहीं कर सके लेकिन तम्बाकू जो है, वह हमारे लिए बिल्कुल मना है, आपको पता है, हाथ लगाना भी मना है, इसलिए हम कैंसर और इधर उधर से बचे रहे - ये सारे हैं और इनको एडवरटाइज़िंग के लिए आज भी आप अलाऊ कर रहे हो - बिल्कुल बंद कीजिए, मैं समझता हूं कि करना चाहिए। बच्चों का जो कुछ भी लिखा है, बिल्कुल ठीक लिखा है। इसमें कुछ नहीं है। बाकी बारीकी में देखना है, वह आपके लॉ वाले देख सकते हैं। एडवरटाइज़िंग कंज्यूमर को मिसलीड नहीं करेगा, यह बिल्कुल ठीक बात है। राल्फ नेडर ने, अमेरिका में पिछले बीस-तीस साल से यही मुहिम एक इनडिविजुअल ने चलाई, दुनिया उसको जानती है और उसने सबसे बड़ी 100 बिलियन की कम्पनियों को भी मात दी है, शिकस्त दी है और वह प्रेज़ीडेंट के लिए भी खड़ा हुआ था - ऐसे आदमी को प्रेज़ीडेंट तो कोई नहीं चुनेगा - लेकिन इस मामले में अमेरिका के कन्ज्यूमर को बचाने में, अमेरिका का कांशेंएंस राल्फ नेडर है, दुनिया जानती है। क्योंकि ऐडवरटाइज़िंग मिसलीड नहीं कर सकता, नहीं करने देना चाहिए। यह भी आप यहां पर ठीक कर रहे हैं। आप जो दवाइयां हैं, फार्मास्यूटिकल्स से मेरा ताल्लुक रहा है तो उसमें देखना है। एक्युरेट इनफॉर्मेशन हो, ट्रू इनफॉर्मेशन हो - जो चेकेबल हो, बाय सम अथॉरिटी, समबॉडी। और उसमें देसी दवा के बहाने से सब कुछ ही निकाले जाओ, किसी होम्योपेथिक या आयुर्वेदिक के पास चले जाओ, तो वे कया मिलाते हैं - वे आपको पुड़िया ही देते हैं दवाई नहीं बताते हैं - सबको पता है। पुड़िया से आदमी भागने लगता है लेकिन उसके बाद क्या होता है, वह आप जिक्र कर चुके हैं कि what is mixed in that - इनका भी होना चाहिए। बाकी जो मर्जी। चेनल्स पर दिखाएं लेकिन अगर दवाइयों का वे क्लेम कर रहे हैं तो इनके ऊपर भी चेक होनी चाहिए - चाहे साधु हों या कोई और हों क्योंकि बात एक ही है। जो एवरेज हिन्दुस्तानी है, वह बेचारा क्या करे। वेरीफिकेशन वगैरह, वेटिंग वगैरह पर हो, वह भी इनकी बात ठीक है कि घोड़ों के ऊपर यह करो, वह करो, उसको भी अगर रीज़नेबल रखेंगे, क्योंकि हम अमीर लोग नहीं हैं और एक बात मैं बहुत सोचता था, मिश्र जी ने लिख दी है। कि

एक घंटे का प्रोग्राम है तो उसमें से पैंतालीस मिनट मेरे ऊपर वे ठूंसे जा रहे हैं, तो पंद्रह मिनट नॉन-न्यूज़ दे रहे हैं - मैं उनको नॉन-न्यूज़ कहता हूं। उसमें दो मर्डर होते हैं, एकाधा कुछ और ड्रामा होता है और इंडिया की जो सौ करोड़ की आबादी के concerns हैं, गरीब देश की, अब वे न्यूज़ आती ही नहीं हैं। मंत्री जी बैठे हैं, तो मैं आशा करता हूं कि इस पर कुछ न कुछ वे सोचेंगे। वह न्यूज़ तो आती ही नहीं है, नॉन-न्यूज़ आती है अब इंडिया में, कोई चैनल ले लो, अपनी मरज़ी का ले लो, अपने साथी का, अपने दोस्त का ले लो और देखने का कोई फायदा ही नहीं है। मैं तो फिर बी॰बी॰सी॰ देखता हूं या सोचता हूं कि कहां देखूं? दूरदर्शन अब भी देता है, और देना चाहिए, सच्ची बात है। आपका कवरेज टोटल है, चाहे जितने कॉमर्शियल्स आ जाएं। अगर आप न्यूज़ देंगे, ऐसे तरीके से जिसके ऊपर हिंदुस्तान विश्वास करे, तो आपका चैनल सारा हिंदुस्तान देखेगा, चाहे सरकार यह हो या वह हो, लेकिन सबको करना होगा, अदरवाइज़ जाएं तो कहां जाएं हिंदुस्तान की खबरें देखने के लिए? अखबारों ने भी एडवर्टोरियल निकाल दिया है। That is the word, 'advertorial'. You can write it on the editorial page. You give it, pay for it. It will be put exactly like that, not saying 'advertisement', but cleverly saying 'advertorial'. It is a new word I have learnt. The world outside has learnt it from India. It does not exist in the Oxford Dictionary. पर कॉमर्शियल इंटरेस्ट, क्योंकि सारे अखबार या चैनल्स कॉमर्शियल इंटरेस्ट के ही हैं, कोई पब्लिक इंटरेस्ट का चैनल तो है नहीं, किसी ट्रस्ट का नहीं है, लेकिन अमेरिका में है एक पब्लिक इंटरेस्ट चैनल। अगर हम जाएं तो उसको देखते हैं। उसमें ठीक आता है। उसमें अमेरिका के असली, जो कुछ भी वे सोच सकते हैं, वह आता है, तो इसलिए यह भी जो चीज़ है, मैं यह सिंपल चीज़ समझता हूं कि उन्होंने लिखा है कि घंटे में दस मिनट दो एडवर्टाइज़िंग को, तो चलो पंद्रह दे दो, आधा घंटा दे दो, मगर पौना घंटा तो मत दो। यह कानून या कोई रोक हो सकती है, तो होनी चाहिए, क्योंकि रॉल्फ रोडर यहां हो तो कहेगा कि मेरे भी सिटिजन्स राइट्स हैं, मेरे ऊपर आप यह ठूंसे जाओगे और मेरा दिमाग बिलकुल खत्म कर दोगे, यह राइट आपको नहीं है as merely the right of business to flourish, etc. etc. तो उसमें कोई लिमिट हो, जैसे बच्चों का भी एक बिल मैंने यहां देखा। मैं बीस साल से सोचता था कि जितना बस्ता बच्चा लेकर जाता है, उसकी रेशियो होनी चाहिए, बच्चे के अपने वेट के साथ। मैं बहुत सालों से सोचता था कि इसके लिए सुप्रीम कोर्ट जाना चाहिए क्योंकि बच्चे के भी राइट्स बराबर हैं, एडल्ट्स की तरह और एडल्ट जो है, वह बच्चे के ऊपर यह थोप नहीं सकता कि पंद्रह किलो का बच्चा और बीस किलो किताबें ले जाए, क्योंकि जो हमारे विद्वान हैं ऐजुकेशन वाले, उनको समझ नहीं है। ऐसे नहीं होता है यूरोप में, तो इसमें भी यह लिमिट होनी चाहिए। इसलिए मैं इनके बिल की ताईद करता हूं, इनको बधाई देता हूं, इनसे मेरा थोड़ा सा डिफरेंस है कि मेरे विचार में इस अथॉरिटी का हेडक्वार्टर लखनऊ में नहीं होना चाहिए, बल्कि तरण-तारण में होना चाहिए, ऐसा मैं सोचता हूं। अगर ये मान जाएं, मैं तो बल्कि यह भी कहता हूं ...(व्यवधान)... मैं तो यह भी कहना चाहता हूं ...(व्यवधान)...

SHRI N. JOTHI: Why not Chennai?

श्री एम॰ एस॰ गिल : चेन्नई के पास तो सब कुछ है, हमारे पास तो कुछ भी नहीं है, आप जानते ही हैं, तो तरण-तारण का मैं इसके लिए विचार करता हूं और आखिरी बार मैं कहता हूं कि सरकार सुनेगी, सरकार जवाब देगी और नॉर्मल जिस रिप्लाई का मैं अंदाज़ा लगा रहा हूं, वह यही होगा कि इस चीज़ के हम हमदर्द हैं लेकिन सरकार पर छोड़ दो, हम करेंगे। अगर आपने अभी इसको पास नहीं करना तो फिर कोई टाइम दे दो, चार-छः महीने, कुछ न कुछ पास कर दो, इनसे भी सलाह करो और आप भी कर लो, धन्यवाद।

SHRI N. JOTHI : Sir, I welcome this Bill. It is a well-thought one.

Sir, time has come when we should pre-censor advertisements. To illustrate how childish these are, how foolish these are and how idiotic these advertisements are, I will give two illustrations before this august House. One advertisement is about a mint candy. A good-looking wife is sitting on a swing. The husband is pushing the swing. He is not able to push it; he does not have the power. Then, a young, handsome boy comes. He takes the mint candy and blows air, and then the swing immediately moves. The wife looks at him admiringly, forgetting her husband. How foolish it is? So, a mint candy could takeover the wife of another person. This is one advertisement. The other advertisement is still worst. Sir, a girl, looking at a house, immediately says, "I want to be the daughter-in-law of that House." She grows in age. She goes to college. Then, she tells her mother to please go and talk to them, I want to be the daughter-in-law of that House. Then, they go to that House. Then, they meet the household people there. Then, she opens the topic. "My daughter wants to marry your son". Then, the house-owner calls the boy. A small child of five years age comes out with a small *mithai* in his hand. Then, everybody is shocked. The girl says, "I will wait to marry with this boy." They are denigrating the women like this. To my surprise, the woman folk in India are not agitating on this. It is very shocking. They talk about women liberation and 33 per cent reservation. But, they allow these type of advertisements to go on. How foolish and childish it is? Some hon. women Members here should take up this issue. I am speaking on your behalf. Sir, this is how it is going on. This is childish, idiotic and foolish.

Let us see the other part of the advertisement. I am not speaking for the Southern India. I am speaking about the all-India scene. Sir, I always used to go to bed only at 2.00 a.m. because I had to read a lot for

the next day cases in the court. At times, I get bored and switch on the television. I see late night advertisements which are either on gems, called gemology. They have invented a new word called gemology. Another one is called numerology. English seems to be the medium of the language for numerology. How foolish it is? Why should English along be the basis for numerology? Why not Tamil? Why not Punjabi? Why not Malayalam? Why you say that the power of one is given to 'A' only? What is this foolishness in this 21st century? Numerology! Then, another is vaastu. I don't know whether it is famous in the North or not. It is famous in Tamil Nadu. This vaastu makes people foolish. They say, "If you wear a ring of one gem, you will become a Member of Parliament. All fortunes will come to you." This is gemology. I have seen many Members having lot of rings on their fingers. Sir, this is gemology. Then, there is numerology. Sir, these are all foolish things. One's good work for the public will make him to come to this place. .. *(Interruptions)*... I am not pointing against anybody. So, this is another thing going on in the form of advertisement. That discourages a man to work. A man should work and earn his livelihood. These things are discouraging the tendency to work. So, they have their view on luck rather than on their work. If one could have stone on his finger and become very fortunate, then, naturally, the world would not be like this. This is how they are making the people foolish. The Government should come forward and check these matters.

Sir, another foolish thing which they are doing is on the matter of drugs. Some ayurvedic *sanyasis* come during night hours in advertisements. I don't know what connection is there between a *sanyasi* and a woman. They should renounce the world and become *sanyasis*. But, these *sanyasis* come during night hours in advertisements and speak about how the medicines and drugs manufactured by them will invigorate a man. What is this, Sir? Our Government is silently watching all these things. I don't know why? Are we that much powerles to control these people? Sir, we must educate our people on this. We must make our people to work hard to earn their livelihood, and to live in a better manner. They must have belief on rightful things and scientific matters, not on foolish numerology or gemology.

Sir, another thing that I am noticing is this. I am not blaming anybody. It is for the Treasury Benches to take note of this. A small post office in a village is white-washed for Rs. 5,000 because two Ministers are coming

over there. Only white-wash is done at a total cost of Rs. 5,000! Two Ministers are coming to that place and a full-page advertisement is given the newspaper run by them. So, it is a kind of bribe, it is a kind of corruption saying that this new building is opened. It will get opened even without a Minister opening it. If anybody pushes the door, it would get opened not necessarily that a Minister should come all the way and you make an advertisement of Rs. 20 lakh or Rs. 30 lakh over a building of Rs. 5,000 building. Sir, all this is going on. I do not know why people are crazy about these advertisements. I am not telling from the experience of an opposition party only. People have to address the problem themselves. When you accuse about idiotic sense, which I also join to accuse, please you think about yourself as to what is happening. If you have any hesitation, please come and see Tamil Nadu newspapers. Daily we see this kind of advertisement. That is making people to come to their side. No problem on that. But money is being wasted on these advertisements. Then, Sir, there is another advertisement. A husband along with his wife goes to a utensil shop to buy one utensil. The husband sees one utensil and says, "We wil buy this one." Then the wife says, "No, no, we have got a good one in our house." No, we will change that." Says the husband. Then he sees another one and he wants to change that also. So, he goes on changing. Finally, the wife says, "Husband, you have changed everything, please do not change me." This is the advertisement! Which world are we looking at and why quietly is the Government allowing these advertisements to go on? I appreciate Mr. Kalaraj that he has brought forward this Bill. The only thing is that he should have brought it when they were in power, which they have missed out. I do not know why. Sir, I wish the Government takes note of this and precensorship of these advertisement should be brought in. It is high time to do this. Sir, in this Bill I notice a small legal problem. Clause 15 talks about penalty. Mr. Gill also referred to it. Penalty cannot be put on a person unless there is a law made. Not only you should make law regulating the advertisement, in that enactment you should make a provision for punishment also. Unless and otherwise it is done, a person cannot be punished. This is one small difficulty in this Bill. Except this difficulty, I fully support this Bill with a regulatory. As Mr. Gill pointed out, Lucknow cannot be the centre. The centre can be in Chennai also. I say this in a lighter vien. Coming to one another bad advertisement at all India pattern that I can see is that a sanyasi walks with a lot of music instruments, high bizarre sounds and

he goes on blessing people like this for half-an-hour. Then he speaks many things about the next world. He spins money. The sanyasi who can give blessings and by blessings alone the whole county can be developed. No Five Year Plans are required, no Budgets are required. The blessings of a sanyasi are sufficient. I do not want to say who this sanyasi is. ...*(Interruptions)*... I will tell who that person is. He comes quite often and uninvitedly enters into my drawing room through television and he goes on blessing people for half-an-hour. Sir, if blessings alone could improve a man, then why should there be scientific advancement, scientific technology, research, hard work, so much of reading, so much of technological development and investigation on that. Why, Sir? Where are we taking our people Instead of advancing towards a scientific form or a scientific thinking or a rational thinking, we are retarding ourseves. We are going back to the Eighteenth Century or Twentieth Century or Sixteenth Century or Medieval period. Time has come when we should cut short this sanyasis during night hours and we should cut ...*(Interruptions)*... You do not get worried, Sir. When I talk of sanyasis, Mr. Subbarami Reddy gets disturbed. ...*(Interruptions)*... Sir, I am a rational man. I have no belief in religion. I have no belief in this kind of hypocrisy. I believe in good things in man. The man should be good. He should work hard and he should be honest in his approach. That is what our late Periyar and late Anna taught us during Dravidian Movement. Sir, here one another problem in the advertisement is that not only the advertisements are bad in nature, bad in taste, foolish and idiotic but also I see they are creating a state of mind and they start believing in certain things which are not in existence. You can believe in scientific matters which are proven. Blessings are not proved. If blessings alone can take the whole world into advancement, let them take us forward. There is a separate channel for God in English. There is another separate channel for Hindi where songs are going on. They sing *bhajans* and all that. Already, we have lost a lot of our time on bhajans. Why should *bhajans* continue? We have to spend our time in laboratory. We should manage the time to compete with the other countries of the world, not *bhajans*. We have had enough *bhajans*. We can, now, stop *bhajans* for some time. If necessary, we can revive them later. The chaparral - I don't know what we call it in Hindi - is an instrument. In Tamil, we call it *chapalakatai*. People hold chaparral in their hands and flap them in a rhythmic way by chanting 'Hare Ram, Hare Ram; Hare Govind, Hare

Govind.' We have had enough Hare Ram and enough Hare Govind. We are in the atomic age. We should concentrate on the atomic energy. We should increase our production of power. With the blessings of God, we cannot get automatic atomic power or hydel power. We can get them only by hard work. Sir, the problem is this. Why these *Sanyasis* invite people to come to their ashrams? You can bless the people by sitting in the ashram itself. Whey do you ask me to come to your place and ask for donations? These are the problems which we should address.

Sir, our technology of telecasting is a great scientific wonder. Technology is so precious. We should not waste it. We should utilise it in the rightful manner for the advancement of our country, for the improvement of our knowledge and for the upliftment of our next generation. Instead, we are taking our generation back. We are going back to the Medieval period by this kind of hypocrisy. Now, the time has come, in the interest of the nation, to do something about it. This Bill has come from Shri Kalraj Mishraji. I really appreciate him. The hon. Minister of Information and Braodcasting — I don't know who is currently holding the portfolio, because there will be a shuffle in the Cabinet every now-and-then-should take not of this.

DR. T. SUBBARAMI REDDY (Andhra Pradesh): It is Shri Priya Ranjan Dasmunsi.

SHRI N. JOTHI: Oh! Shri Dasmunsi is the Minister! He is my good friend. I request him to please take note of this. Please save this nation from this kind of telecasting.

Sir, only human being has got the Sixth Sense. We call it Sixth Sense. Animals do not have this. They are having only eating and living habits. But, the human being alone has rationale thinking. We should help upgrade it above and not to take it back to animal world. We should utilise every minute of broadcasting for improving the condition of this nation. This is not the way in which we should take it.

Finally, Sir, I want to say one word. The invention of electronic media is a wonder of the 20th Century. Unfortunately, we have not used it in corrections; we are commercialising it. While commercialising it, we are not thinking about the next generation. The Government has to come forward with a proper legislation so that the country will thank you. Thank you.

डा॰ कुमकुम राय (बिहार): धन्यवाद उपसभापति महोदय। आदरणीय कलराज मिश्र जी के द्वारा लाए गए इस निजी विधेयक ''इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पर वाणिज्यिक विज्ञापन (विनियमन) विधेयक, 2005'' पर उन्होंने जो अपने विचार प्रस्तुत किए हैं, मैं उनसे अपनी सहमति व्यक्त करती हूं।

महोदय, आज की दुनिया विज्ञापनों के इन्द्रजाल में कुछ इस कदर उलझ गई है कि सही-गलत का निर्णय कर पाना, हितकर और अहितकर का निर्णय का पाना मुश्किल हो गया है। मल्टीनेशनल से लेकर छोटी-छोटी कम्पनी भी जब अपना सालाना बजट बनाती हैं, तो विज्ञापन के नाम पर अच्छी-खासी रकम रखी जाती है। उत्पाद कैसा भी हो, लेकिन उसका विज्ञापन इतने जोर-शोर, इतने प्रभावकारी ढंग से और इतने ग्लैमरपूर्ण ढंग से किया जाता है कि आम आदमी उसके चंगुल में पड़ जाता है। उन विज्ञापनों के माध्यम से जनता को जो भी जानकारी मिलनी चाहिए। वास्तव में जो मिलनी चाहिए, वे जानकारियां नहीं मिलती हैं, बल्कि बड़ी ही भ्रामक और झूठी जानकारियां दी जाती हैं। महिलाओं के चेहरे पर अक्सर लगायी जाने वाली क्रीम के विषय में कहा जाता है कि 7 दिन में गोरी हो जाएगी और 7 दिन के बाद दिखाया जाता है कि वह पूरी तरह से गोरी हो गयी। इस तरह से उस क्रीम का विज्ञापन किया जाता था। मान्यवर, उस क्रीम के इस विज्ञापन ने उस की इतनी सेल बढ़ायी कि एक समय ऐसा था इस देश में जब कि वह खास क्रीम सब से ज्यादा बिकी। गांव से लेकर सुदूर देहात तक महिलाएं अपने प्रसाधन के संसाधनों में उस क्रीम का इस्तेमाल करने लगीं। परंतु 7 दिन में कोई गोरा नहीं हुआ और किसी ने यह कोई रिकॉर्ड या किसी ने भी अपना यह अनुभव नहीं बताया कि वास्तव में 7 दिन में वह गोरी हो गयी। मान्यवर, इस तरह के अनेक विज्ञापन आते हैं जिन में दिखाया जाता है कि ''इस दवा के सेवन करने के पहले और सेवन करने के बाद।'' मोटे-से-मोटा आदमी दिखा दिया जाता है कि इस के पहले और इस के बाद, लेकिन ऐसी कोई दवा और ऐसी कोई विधि नहीं है कि जो इस प्रकार का ड्रास्टिक चेंज ला सके।

महोदय, इन विज्ञापनों का सब से ज्यादा खराब असर बच्चों पर पड़ता है। आज इलैक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से दूरदर्शन घर-घर पहुंच गया है और उस में विज्ञापनों के जरिए बच्चों को लुभाया जाता है क्योंकि बच्चा आज के व्यावसाइयों को एक बड़ा उपभोक्ता वर्ग दिखायी पड़ने लगा है। उस वर्ग को टार्गेट कर के अनेक ऐसे विज्ञापन बनने लगे हैं जो बच्चों को लुभाते हैं और बच्चे अपने माता-पिता से जिद कर के हठपूर्वक उन चीजों को खरीदवाने की कोशिश करते हैं मान्यवर, आज ''जंक फूड'' के माध्यम से स्वास्थ्य जगत में भारी चिंता व्याप्त हो रही है। बच्चों के मोटापे के लिए, बच्चों में होने वाली तमाम बीमारियों के लिए आज जंक फूड को जिम्मेदार ठहराया जाता है, लेकिन इलैक्ट्रानिक मीडिया में बाकायदा 'टू मिनट्स'' में ''मैगी'' बनाने का विज्ञापन दिखाया जाता है। उस में गलत प्रचार किया जाता है कि इस में कैल्सियम है, इस में यह

विटामिन है, इस में वह विटामिन है और यह इतना शक्तिदायक है। ऐसा कर के बच्चों को तो लुभाया ही गया है गार्जियंस को भी भ्रमित किया जाता है कि चलो अगर मैगी बच्चे को खाने में दी जाती है तो कोई हर्ज नहीं है, लेकिन आज इस मैगी और इस तरह के दूसरे जंक फूड के प्रयोग से बच्चों की हैल्थ पर बड़ा ही खतरनाक प्रभाव हो रहा है। आज बड़ी-बड़ी मल्टी-नेशनल कंपनियां ''पीजा'' बनाने वाली या ''बर्गर'' बनाने वाली हैं जो कि बड़े-बड़े फिल्मी सितारों को लेकर विज्ञापन फिल्म बनाती हैं और चाहे कोल्ड ड्रिंक्स हों या इसी तरह के और जंक फूड के आयटम्स हों, वे उन का विज्ञापन करती हैं। उन विज्ञापनों को देखकर हमारी युवा पीढ़ी या हमारे किशोरवस्था के बच्चे-बच्चियां उस के पीछे भागती हैं। आज उन का उस तरह का खान-पान व रहन-सहन होता चला जा रहा है। आज सब से ज्यादा दुखद् बात यह है कि विज्ञापन चाहे किसी चीज का हो, उस में महिलाओं को दिखाया जाता है। पुरुष की दाढ़ी बनाने के लोशन का भी अगर विज्ञापन दिखाया जाता है तो उस में भी पुरुष को न दिखाकर महिलाओं को दिखाया जाता है । उस में बड़े ही अमर्यादित ढंग से महिला के शरीर का प्रदर्शन किया जाता है और उस उत्पाद को बेचने की कोशिश की जाती है।

4.00 P.M.

मान्यवर, इस बारे में कलराज मिश्र जी और हमारे पूर्व वक्ताओं ने जो नियामक बनाने की बात कही है, आज इस की आवश्यकता को बहुत तीव्रता से महसूस किया जा रहा है। आज आप ऐसा कोई विज्ञापन नहीं देखें कि खेतों में अच्छी फसल के लिए ये बीज या इस विधि का उपयोग करें। उन उत्पादों को बेचने के लिए गलत बातों को कहकर विज्ञापन के नियमों का भी उल्लंघन किया जाता है। मान्यवर, ऐसी बहुत सी उत्पाद की वस्तुएं हैं जिन में उन सारी चीजों का उल्लेख भी नहीं होता, लेकिन विज्ञापन में बता दिया जाता है कि इस का इस्तेमाल करने से ऐसे परिवर्तन हो गए। तो इस प्रकार के अतार्किक ढंग से विज्ञापन सृजित किए जा रहे हैं। यह दूसरी बात है आज ''एड एजेंसियां'' खुली हुई हैं – विज्ञापन सिखाने वाली, विज्ञापन बनाने वाली, विज्ञापन में म्यूजिक देने वाली जिस से हो सकता है लाखों, करोड़ों लोगों को रोजगार मिल सकता है। यह इसका दूसरा पक्ष है। लेकिन देश में कहीं-न-कहीं कोई आचार संहिता की आवश्यकता महसूस की जा रही है। यह आचार संहिता बनाने और यह विनियमन करने का जो काम है, वह सरकार करे। इससे सम्बन्धित कुछ कोड ऑफ कंडक्ट उनके लिए भी बनायें, ताकि सारी विज्ञापन एजेंसियां ओर जितनी कम्पनीज़ हैं, जो अपने उत्पादों को बेचना चाहती हैं और उन उत्पादों को बेचने के लिए वे जो विज्ञापन बनाती हैं, उनमें जनता को, उपभोक्ता को कम-से-कम गलत और भ्रामक जानकारी बिल्कुल न दी जाए। सही जानकारी देकर के विज्ञापन किया जाए तो इसमें किसी को कोई आपत्ति नहीं होगी। इसलिए यह जो आज विधेयक लाए हैं, मैं सरकार से कहना चाहती हूं कि इस विधेयक की उपयोगिता को वृहत् संदर्भों में समझा जाए और इससे

सम्बन्धित एक सरकारी बिल लाकर विज्ञापन के क्षेत्र को नियमित किया जाए। इन्हीं शब्दों के साथ, मैं अपनी बात समाप्त करती हूं। धन्यवाद।

श्री उपसभापति: मौलाना ओबैदुल्लाह खान आज़मी।

मौलाना ओबैदुल्लाह खान आज़मी (मध्य प्रदेश): शुक्रिया, सदरे मोहतरम। मैं श्री कलराज मिश्र जी के ज़रिए आए हुए बिल की मुकम्मल तौर पर हिमायत करते हुए अपने कुछ महसूसात हाऊस के सामने रखना चाहता हूं।

जहां एक तरफ फिल्मों को दिखाने से पहले सेंसरशिप अपनी जिम्मेदारियां पूरी करता है और उसके बाद फिल्में मार्केट में लाई जाती हैं, उसी के मुकाबले में प्राइवेट कम्पनियों या जिस कम्पनी के इश्तहार इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के जरिए या प्रिंट मीडिया के जरिए मार्केट में आते हैं, उन पर किसी तरह की कोई सेंसरशिप अब तक लागू नहीं हुई है। वे अपनी मर्ज़ी के मुताबिक अपने कारोबार और अपनी तिजारत को देखते हुए और उसमें बढ़ोत्तरी के लिए जिस तरह मुमकिन हो सकता है, अपने इश्तहारात को कामयाब कराने की कोशिश करते हैं।

हमारे बहुत सारे मेम्बरान-ए-पार्लियामेंट ने जो चिन्ता जताई है, मैं उन सारी चिन्ताओं से सहमत होकर यही कहना चाहूंगा कि अतीत में तारीख के एक बहुत ही बड़े कैरेक्टर, द्रौपदी के साथ जब हम दुर्व्यवहार देखते हैं, तो आज तक गलत लोगों की निंदा करते हुए हमारी जुबान नहीं थकती। आज के दौर में जिस तरह द्रौपती की साड़ी खींची जा रही है, जिस तरह वह सरे-बाज़ार नुमाइश के स्टेज पर लाई जा रही है और जिस तरह एक औरत को इज़्ज़त के आसमान से नीचे ज़मीन की खाइयों में, बेइज़्ज़ती की खाइयों में, बेकदरी की खाइयों में धकेल दिया गया है, मैं समझता हूं कि हमारा पढ़ा-लिखा समाज इसे अच्छी तरह से देख भी रहा है और महसूस भी कर रहा है।

सवाल यह है कि दुनिया के जितने भी मुल्क हैं, उनकी अपनी-अपनी क़दरें हैं, अपनी-अपनी विरासतें हैं, अपनी-अपनी तहज़ीबें हैं और अपना-अपना कल्चर है। उन्हें अपने मुल्क में आज़ादी भी है कि वे जैसे भी चाहें, अपने कल्चर को फरोग़ दें। हम हिन्दुस्तानियों को यह तय करना होगा कि क्या नंगापन हमारे हिन्दुस्तान की रिवायत रहीं है? क्या एक औरत को इस तरह सरे-बाजार रूसवा करने की परम्पराओं को हिन्दुस्तान के कल्चर ने कभी-भी तहज़ीब के दायरे में रखा है? हमें यह याद रखना चाहिए कि हमारा देश, जहां अपने साथ बेहतरीन संस्कृति, तहज़ीब और रिवायत रखता है, वहीं इस देश में मज़हब की जड़ें ज़मीन के बहुत नीचे गढ़ी हुई हैं। यहां का आदमी मज़हब के ज़रिए अपनी जिंदगी को सुधारने की कोशिश करता है। किसी भी धर्म में, किसी रिवायत में और हिन्दुस्तान की किसी भी तहज़ीब में एक औरत को इस क़दर बेहयाई के स्टेज पर खड़ा कर देना, उसकी इज़्ज़त-ओ-आबरू के तार-पौध बिखेर देना, मैं समझता हूं कि

एक सच्चा हिन्दुस्तानी इस चीज़ को कभी गवारा नहीं कर सकता। आज यूरोप ने हमें बहुत कुछ दिया है और हमने यूरोप से बहुत कुछ लिया है, मगर ऐसा नहीं है कि हमने यूरोप को बहुत कुछ नहीं दिया है। अफसोस यह है कि हमने उनसे जो कुछ लिया है, उसमें अधिकांश ऐसी चीजें हमने ले ली हैं, जो हमारी नसलों को तबाह करने के लिए बहुत ज्यादा मुज़िर साबित हो रही हैं। हमने शराफत, पहनावा, बदन की हिफाजत के कपड़े अगर यहां से उस साइड में दिए हैं, तो उस साइड से हमने नंगापन बेहयाई, फहाशी और आजादी के नाम पर उन तमाम अखलाकी कदरों की कातिलाना रविश को अपनाया है, जो रविश हमारे मुल्क को किसी भी तरह से जेब नहीं देती। एक औरत का इश्तिहार औरतों से मुतल्लिक चीज़ों के बारे में अगर आता है टी.वी. पर, इलेक्ट्रोनिक मीडिया में या प्रिंट मीडिया में, तो समझ में आता है, मगर वह भी इश्तिहार इस तरह आना चाहिए, तो कदरों को पामाल न करे, सरहदों, सीमाओं, अखलाक और तहजीब का जो हमारे मुल्क का पुराना वरसा है, उनको किसी तरह से नुकसान न पहुंचे, मगर आज सारी कदरों को, सारी सीमाओं को, सारी सरहदों को तोड़कर आजादी के नाम पर जिस बदतहजीबी का मुआहेरा किया जा रहा है, यकीनन अगर उस पर रोक नहीं लगाई गई, अंकुश नहीं लगाया गया और पाबंदी के लिए सरकार ने नहीं सोचा, तो वह दिन दूर नहीं है, जिस दिन हमारे मुल्क में वेस्टर्न कल्चर इस तरह से हावी होकर मां-बाप से बच्चों की शक्ल में बगावत करता हुआ दिखलाई दे और मां-बाप सिर पर हाथ धरे हुए गम-ओ-अलम के आंसू बहाते रह जाएं।

आज हमारे मुल्क के जो हालात हैं, और मुल्क में वेलेंटाइन डे अभी आया है, यह वेलेंटाइन डे का क्या मतलब था, मैं नहीं जानता।

श्री दीपंकर मुखर्जी (पश्चिमी बंगाल): हिंदी में समझाइए, हम भी समझें।

मौलाना ओबैदुल्लाह खान आज़मी: जी। मैं नहीं जानता उसे, मगर उसे शैतान डे बनाकर जिस तरह इस्तेमाल किया जा रहा है, क्या इससे नसलें बरबाद नहीं हो रही हैं? नन्हे-नन्हे बच्चों के सामने जब सैक्स की चीजें लाई जाएंगी और वह भी इस बेढंगे तरीके से लाई जाएंगी कि वे बच्चे अपनी नेचुरल उम्र पर पहुंचने से पहले ही बदअखलाकी और बेहआई की राह पकड़ लें, तो क्या यह हमारे हिंदुस्तान की उस पवित्र विरासत को शोभा देता है, जिस पवित्र विरासत के जरिए आज तक हमने अपने मुल्क की संस्कृति और अपने देश की तहजीब का सिर फख्र से ऊंचा कर रखा है? हम चाहे सीता जी की कहानी पढ़ें या राधा की कहानी पढ़ें या द्रौपदी की कहानी पढ़ें, आज हमें उसी संस्कार से यह सारी चीजें देखने और पढ़ने को मिलती हैं कि हमारे माहौल में हयादारी और शर्म हम हिंदुस्तानियों के गौरव का एक हिस्सा है। इस्लाम एक हजार साल से हिंदुस्तान की सर-जमीन पर अपनी तहजीब और अपनी रवायत के साथ फल-फूल रहा है, उस ने भी इस बेहया पर जितनी ताकत के साथ पाबंदी लगाने की बात कही है, वह अपने आप में एक नादर-ओ-नायाब मिसाल है। गर्ज यह कि जितनी भी हमारी मुश्तरिक कदरें और तहजीबें हैं, इस

बात की इजाजत नहीं देतीं कि औरत मां के रूप में न देखी जा सके, बहन के रूप में न देखी जा सके, बीवी के रूप में न देखी जा सके, बेटी के रूप में न देखी जा सके, हर औरत हवस का निशाना बनती हुई दिखलाई दे, ख्वाहिशात के तीर उसके दिलो-दिमाग पर चलें और हथौड़े बरसाएं। मैं समझता हूं कि यह बात हमारे समाज को घुन की तरह चाट जाएगी और जिस वक्त हम आंख खोलेंगे, हमें बहुत देर हो चुकी होगी। मैं इस वक्त वजारते इत्तलाआत व नशरियात के काबिल और फाज़िल वजीरे मुंशी जी, जो यहां तशरीफ-फरमां हैं, खुसूसियत के साथ यह कहूंगा कि मिश्रा जी जो बिल यहां लाए हैं, यकीनन यह बिल इस लायक है कि इस बिल को सरकारी बिल की जगह मिलनी चाहिए और आपस में बातचीत करने के बाद कहीं न कहीं तो कोई रोक-टोक जरूर होनी चाहिए और अगर हमने यह रोक-टोक नहीं की, तो हमारी शराफत बेहया में तब्दील हो जाएगी, हमारी इज्जत जिल्लत से बदलकर हम तमाम लोगों की विरासतों के मुंह पर कालिख फेर देगी।

सर, मैं तो वैसे भी बहुत दुखी रहता हूं इन तमाम चीजों से, अब जब कि यहां समाजी तौर पर समाज को बचाने के लिए पार्लियामेंट में बहस हो रही है, इस मौके को हाथ से नहीं जाने देना चाहिए और यकीनन ऐसी पाबंदी लगाई जानी चाहिए कि हमारे अखलाक को, हमारे मुल्क की रवायत को जो जबरदस्त धक्का पहुंच रहा है, ऐसा धक्का न पहुंचे। एक औरत मर्दों के समाज में खड़ी होती है, तो औरत के वकार के साथ खड़ी होती है। आज एक औरत को जिस तरह दिखलाया जा रहा है, न वह अपने वकार के साथ नजर आ रही है, न वह अपने अधिकार के साथ नजर आ रही है। एक औरत उस वक्त औरत लगती है, जब वह अपने वकार और अपने अधिकार की चरम-सीमाओं को छुए। एक इत्तिफाक की बात है, औरत अरबी लफ्ज़ है, औरत के मायना ही है पर्दे में रहने वाली चीज।

तो इस चीज को हमारे मुल्क ने भी बहुत जमकर अपनाया था। हमारी औरतें, पुरानी रवायतें हैं, घूंघट काढ़े हुए, लोगों से लाज और शर्म की बुनियाद पर आवाज को पस्त और नीचे किए हुए, बात करते हुए, अपनी इज्जत-ओ-वकार और सम्मान को खुद साबित करती थीं, आज औरतों को जिस तरह से हर चीज के इश्तहार के नुमाइशी बाजार में उतार दिया गया है, जहां औरत से मुतल्लिक चीजों के इश्तहार में तो औरत दिखलाई ही देती है, मगर जिस चीज से औरत का कोई ताल्लुक नहीं है, उन चीजों को बेचने के लिए भी औरतों को जिस तरह बेहयाई के कगार पर खड़ा करके दिखलाया जाता है, मैं समझता हूं कि जिसके अंदर भी नदामत, अहसास और हिन्दुस्तान की तहज़ीब-ओ-वरासत का चालीसवां हिस्सा बतौरे खैरात-ओ-ज़कात भी मौजूद होगा, वह ऐसी चीज को बर्दाश्त नहीं कर सकता। इसकी निन्दा करेगा। मैं चाहूंगा कि वक्त आ गया जबकि इन चीजों पर मुकम्मल तौर पर पाबंदी लगाते हुए इस बिल को समर्थन दिया जाए और इसे कानूनी हैसियत से मुल्क के संविधान की एक शक्ल दे दी जाए।

इसके साथ-साथ एक बात और कहना चाहूंगा कि नौजवान नस्ल को और किस तरह से बर्बाद किया जा रहा है, एक मोटर साइकिल के इश्तहार का खुसूसी ज़िक्र करना चाहूंगा, जिसका नाम तो कुछ और है लेकिन उसे रोड कटर का नाम दिया गया है और जिस तरह से इस इश्तहार में मोटर साइकिल को चलाते हुए दिखाया गया है, वह सरासर ट्रैफिक के दरमियान, जिस तरह से चाहता है, चलाता है। उसे देखकर अगर नौजवान सड़कों पर उसकी नक्ल करते हुए दाएं-बाएं इसी तरह से मोटर साइकिल चलाएंगे तो निहायत खतरनाक शक्ल भी आएगी और सड़क हादसों को यह खुली दावत देने के बराबर है।

इसलिए मैं, यह जो बिल आया है, उसका भरपूर समर्थन करते हुए एक-दो सुझाव के साथ कहना चाहूंगा कि इसे मुकम्मल तौर पर पास किया जाए और अगर सरकार मुकम्मल तौर पर इसे पास नहीं करती तो मिश्र जी से बातचीत करके सरकार अपनी ही तरफ से कोई ऐसा बिल लाए, जो देश के हित में हो।

इन तमाम बातों की रोशनी में मैं इस बिल की पूरी तरह से हिमायत करता हूं। इलेक्ट्रानिक मीडिया पर सिर्फ ऐसे इश्तहार दिखाए जाने चाहिए जो हमारी तहज़ीब, हमारे कल्चर, हमारी अखलाकी रवायत और हमारे अखलाकी इकदार के मुताबिक हों। दो, ऐसे इश्तहार नहीं दिखाए जाने चाहिए, जिनमें औरत को उसके पवित्र और मुकद्दस मकाम से गिराकर तिजारत की मंडी में तफरीह का ज़रिया बनाया जाए। तीन, ऐसे इश्तहारात नहीं दिखाए जाने चाहिए, जिनसे बच्चों और नाबालिगों के ज़हानों पर बुरे अख़लाकी असरात पड़ें। चार, ऐसे इश्तहारात नहीं दिखाए जाने चाहिए, जिनमें बड़े-बड़े दावे गुमराहकुन तरीके से करके आवाम को धोखा दिया जाता है और खोदा पहाड़ लेकिन चुहिया भी निकलने के लिए तैयार नहीं होती है। इसलिए मेरी गुज़ारिश है कि इस बिल को पास किया जाए। मैं इस बिल की हिमायत करता हूं। बहुत-बहुत शुक्रिया।

''गलत रवी से मनाज़िल का बोद बढ़ता है''–गलत रास्ते पर चलने से मंजिल दूर हो जाती है,

''गलत रवी से मनाज़िल का बोद बढ़ता है
मुसाफिरो, रविशे कारवां बदल डालो''

مولانا عبیداللہ خان اعظمی "مدھیہ پردیش": شکریہ صدر محترم۔ میں شری کلراج مشراجی کے ذریعے آئے ہوئے بل کی مکمل طور پر حمایت کرتے ہوئے اپنے کچھ محسوسات ہاؤس کے سامنے رکھنا چاہتا ہوں۔

جہاں ایک طرف فلموں کو دکھانے سے پہلے سینسر شپ اپنی ذمہ داریاں پوری کرتی ہے اور اس کے بعد فلمیں مارکیٹ میں لائی جاتی ہیں، اسی کے مقابلے میں پرائیویٹ کمپنیوں یا جس کمپنی کے اشتہار الیکٹرانک میڈیا کے ذریعہ یا پرنٹ میڈیا کے ذریعہ مارکیٹ میں آتے ہیں، ان پر کسی طرح کی کوئی سینسر شپ اب تک لاگو نہیں ہوئی ہے۔ وہ اپنی مرضی کے مطابق اپنے کاروبار اور اپنی تجارت کو دیکھتے ہوئے اور اس میں بڑھوتری کے لئے جس طرح ممکن ہوسکتا ہے، اپنے اشتہارات کو کامیاب کرانے کی کوشش کرتے ہیں۔

ہمارے بہت سارے ممبران پارلیمنٹ نے جو چنتا جتائی ہے، میں ان ساری چنتاؤں سے سہمت ہوکر یہی کہنا چاہونگا کہ اتیت کی ایک تاریخ کے بہت ہی بڑے کریکٹر دروپدی کے ساتھ جب ہم دُرِیودھن دیکھتے ہیں، تو آج تک غلط لوگوں کی نندا کرتے ہوئے ہماری زبان نہیں تھکتی۔ آج کے دور میں جس طرح دروپدی کی ساڑی کھینچی جارہی ہے، جس طرح ایک عورت کو عزت کے آسمان سے نیچے زمین کی کھائیوں میں، بے عزتی کی کھائیوں میں، بے قدری کی کھائیوں میں دھکیل دیا گیا ہے، میں سمجھتا ہوں کہ ہمارا پڑھا لکھا سماج اسے اچھی طرح سے دیکھ بھی رہا ہے اور محسوس بھی کررہا ہے۔

سوال یہ ہے کہ دنیا کے جتنے بھی ملک ہیں، ان کی اپنی اپنی قدریں ہیں، اپنی اپنی وراثتیں ہیں، اپنی اپنی تہذیبیں ہیں اور اپنا اپنا کلچر ہے۔ انہیں اپنے ملک میں آزادی بھی کہ وہ جیسے بھی چاہیں، اپنے کلچر کو فروغ دیں۔ ہم ہندستانیوں کو یہ طے کرنا ہوگا کہ کیا ننگا پن ہمارے ہندستان کی روایت رہی ہے؟ کیا ایک عورت کو اس طرح سر بازار رسوا کرنے کی پرمپراؤں کو ہندستان کے کلچر نے کبھی بھی تہذیب کے دائرے میں رکھا ہے؟ ہمیں یہ یاد رکھنا چاہئے کہ ہمارا دیش، جہاں اپنے ساتھ بہترین سنسکرتی، تہذیب اور

†[ ]Transliteration of Urdu Script.

روایات رکھتا ہے، وہیں اس دیش میں مذہب کی جڑیں زمین کے بہت نیچے گہری ہوئی ہیں۔ یہاں کا آدمی مذہب کے ذریعے اپنی زندگی کو سدھارنے کی کوشش کرتا ہے۔ کسی بھی دھرم میں، کسی روایت میں اور ہندستان کی کسی بھی تہذیبت میں ایک عورت کو اس قدر بے حیائی کے اسٹیج پر کھڑا کر دینا، اس کی عزت و آبرو کے تار پوڑ بکھیر دینا، میں سمجھتا ہوں کہ ایک سچا ہندستانی اس چیز کو کبھی گوارا نہیں کر سکتا۔

آج یوروپ نے ہمیں بہت کچھ دیا ہے اور ہم نے یوروپ سے بہت کچھ لیا ہے، مگر ایسا نہیں ہے کہ ہم نے یوروپ کو بہت کچھ نہیں دیا ہے۔ افسوس یہ ہے کہ ہم نے ان سے جو کچھ لیا ہے، اس میں زیادہ تر ایسی چیزیں ہم نے لے لی ہیں، جو ہماری نسلوں کو تباہ کرنے کے لئے بہت زیادہ مضر ثابت ہو رہی ہیں۔ ہم نے شرافت، پہناوا، بدن کی حفاظت کے کپڑے اگر یہاں سے اُس سائڈ میں دیئے ہیں، تو اُس سائڈ سے ہم نے ننگا پن، بے حیائی، فحاشی اور آزادی کے نام پر ان تمام اخلاقی قدروں کی قاتلانہ روش کو اپنایا ہے، جو روش ہمارے ملک کو کسی بھی طرح سے زیب نہیں دیتی۔ ایک عورت کا اشتہار عورتوں کے جسم دیکھ اگر آتا ہے ٹی.وی. پر، الیکٹرانک میڈیا میں یا پرنٹ میڈیا میں، تو سمجھ میں آتا ہے، مگر وہ بھی اشتہار اس طرح آنا چاہئے، جو قدروں کو پامال نہ کرے، سرحدوں، سیماؤں، اخلاق اور تہذیب کا جو ہمارے ملک کا پرانا ورثہ ہے، ان کو کسی طرح سے نقصان نہ پہنچے، مگر آج ساری قدروں کو، ساری سیماؤں کو، ساری سرحدوں کو توڑ کر آزادی کے نام پر جس بدتہذیبی مظاہرہ کیا جا رہا ہے، یقیناً اگر اس پر روک نہیں لگائی گئی، انکش نہیں لگایا گیا اور پابندی کے لئے سرکار نے نہیں سوچا، تو وہ دن دور نہیں ہے جس دن ہمارے ملک میں ویسٹرن کلچر اس طرح سے حاوی ہو کر ماں باپ سے بچوں کی شکل میں بغاوت کرتا ہوا دکھائی دے اور ماں باپ صرف سر پر ہاتھ دھرے ہوئے غم و الم کے آنسو بہاتے رہ جائیں۔

آج ہمارے ملک کے جو حالات ہیں اور ہمارے ملک میں ویلینٹائن ڈے ابھی آیا ہے یہ ویلینٹائن ڈے کا کیا مطلب تھا؟ میں نہیں جانتا۔

شری دیپانکر مکھرجی : ہندی میں سمجھایئے ہم بھی سمجھیں۔

مولانا عبیداللہ خان اعظمی: جی، میں نہیں جانتا اسے، مگر اسے شیطان ڈے کہا کر جس طرح استعمال

کیا جارہا ہے، کیا اس سے نسلیں برباد نہیں ہورہی ہیں؟ ننھے ننھے بچوں کے سامنے جب سیکس کی چیزیں لائی جائیں گی اور وہ بھی اس بے ڈھنگے طریقے سے لائی جائیں گی کہ وہ بچے اپنی نیچرل عمر پر پہنچنے سے پہلے ہی بداخلاقی اور بے حیائی کی راہ پکڑ لیں، تو کیا یہ ہمارے ہندوستان کی اس پوتر وراثت کو شوبھا دیتا ہے، جس پوتر وراثت کے ذریعے آج تک ہم نے اپنے ملک کی سنسکرتی اور اپنے دیش کی تہذیب کا سر فخر سے اونچا رکھا ہے؟ ہم چاہے سیتا جی کی کہانی پڑھیں، ساوتری یا رادھا کی کہانی پڑھیں یا دروپدی کی کہانی پڑھیں، آج ہمیں اس منکلد سے یہ ساری چیزیں دیکھنے اور پڑھنے کو ملتی ہیں کہ ہمارے ماحول میں حیاداری اور شرم ہم ہندوستانیوں کے گورو کا ایک حصہ رہیں۔ اسلام ایک ہزار سال سے ہندوستان کی سرزمین پر اپنی تہذیب اور روایت کے ساتھ پھل پھول رہا ہے اس نے بھی اس بے حیائی پر جتنی طاقت کے ساتھ پابندی لگانے کی بات کہی ہے وہ اپنے آپ میں ایک نادر اور نایاب مثال ہے۔ غرض یہ کہ ہماری جتنی بھی مشترک قدریں اور تہذیبیں ہیں اس بات کی اجازت نہیں دیتیں کہ عورت ماں کے روپ میں نہ دیکھی جاسکے، بہن کے روپ میں نہ دیکھی جاسکے، بیوی کے روپ میں نہ دیکھی جاسکے، بیٹی کے روپ میں نہ دیکھی جاسکے، ہر عورت ہوس کا نشانہ بنتی ہوئی دکھائی دے، خواہشات کے تیر اس کے دل و دماغ پر چلیں اور ہتھوڑے برسائیں۔ میں سمجھتا ہوں کہ یہ بات ہمارے سماج کو گھُن کی طرح چاٹ جائے گی اور بس وقت ہم آنکھ کھولیں گے ہمیں بہت دیر ہو چکی ہوگی۔ میں اس وقت وزارت اطلاعات ونشریات کے قابل اور فاضل وزیر منشی جی جو یہاں تشریف فرما ہیں ان سے خصوصیت کے ساتھ یہ کہوں گا کہ مشرا جی جو بل لائے ہیں یقیناً یہ بل اس لائق ہے کہ اس بل کو سرکاری بل کی جگہ ملنی چاہئے۔ اور آپس میں بات چیت کرنے کے بعد کہیں نہ کہیں تو کوئی روک ٹوک ضرور ہونی چاہئے۔ اور اگر ہم نے یہ روک ٹوک نہیں کی تو ہماری شرافت بے حیائی میں تبدیل ہو جائے گی، ہماری عزت، ذلت میں بدل کر ہم تمام لوگوں کی وراثتوں کے منہ پر کالک پھیر دے گی۔

سر، میں تو ویسے بھی بہت دکھی رہتا ہوں ان تمام چیزوں سے، اب جبکہ یہاں سماجی طور پر سماج کو بچانے کے لئے پارلیمنٹ میں بحث ہو رہی ہے، اس موقع کو ہاتھ سے نہیں جانے دینا چاہئے اور یقیناً ایسی

پابندی لگائی جانی چاہئے جو ہمارے اخلاق کو، ہمارے ملک کی روایات کو جوز بردست دھکا پہنچ رہا ہے ایسا دھکا نہ پہنچے۔ ایک عورت مردوں کے سماج میں کھڑی ہوتی ہے تو عورت کے وقار کے ساتھ کھڑی ہوتی ہے۔ آج ایک عورت کو جس طرح سے دکھلایا جا رہا ہے نہ وہ اپنے وقار کے ساتھ نظر آتی ہے نہ وہ اپنے ادھیکار کے ساتھ نظر آتی ہے۔ ایک عورت اس وقت عورت لگتی ہے جب وہ اپنے وقار اور ادھیکار کی چرم سیما کو چھوئے۔ ایک اتفاق کی بات ہے عربی لفظ ہے ''عورت'' کے معنی ہی ہیں ''پردے میں رہنے والی چیز''۔

اس چیز کو ہمارے ملک نے بھی بہت جم کر اپنایا تھا۔ ہماری عورتیں، پرانی روایتیں ہیں، گھونگھٹ کاڑے ہوئے، لوگوں سے لاج اور شرم کی بنیاد پر آواز کو پست اور نیچے کئے ہوئے بات کرتے ہوئے اپنی عزت و وقار اور سمان کو خود ثابت کرتی تھیں۔ آج عورتوں کو جس طرح سے ہر چیز کے اشتہار کے نمائشی بازار میں اتار دیا گیا ہے، جہاں عورت سے متعلق چیزوں کے اشتہار میں تو عورت دکھائی ہی دیتی ہے، مگر جس چیز سے عورت کا کوئی تعلق نہیں ہے، ان چیزوں کو بیچنے کے لئے بھی عورتوں کو جس طرح بے حیائی کے لگار پر کھڑا کر کے دکھایا جاتا ہے، میں سمجھتا ہوں کہ جس کے اندر بھی ندامت، احساس اور ہندستان کی تہذیب و وراثت کا تھوڑا سا بھی حصہ بطور خیرات و زکات بھی موجود ہوگا، وہ ایسی چیز کو برداشت نہیں کر سکتا ہے۔ اس کی نندا کریگا۔ میں چاہونگا کہ وقت آ گیا جب کہ ان چیزوں پر مکمل طور پر پابندی لگاتے ہوئے اس بل کو سمرتھن دیا جائے اور اسے قانونی حیثیت سے ملک کے سمودھان کی ایک شکل دے دی جائے۔

اس کے ساتھ ساتھ ایک بات اور کہنا چاہونگا کہ نوجوان نسل کو اور کس طرح سے برباد کیا جا رہا ہے، ایک موٹر سائیکل کے اشتہار کا خصوصی ذکر کرنا چاہونگا۔ جس کا نام تو کچھ اور ہے لیکن اسے روڈ کنگ کا نام دیا گیا ہے۔ اور جس طرح سے اس اشتہار میں موٹر سائیکل کو چلاتے ہوئے دکھایا گیا ہے، وہ سراسر ٹریفک کے قوانین کی خلاف ورزی ہے اور اس میں ایک شخص موٹر سائیکل کو ادھر سے ادھر، ٹریفک کے درمیان، جس طرح سے چاہتا ہے، چلاتا ہے۔ اسے دیکھ کر اگر نوجوان سڑکوں پر اس کی نقل کرتے ہوئے دائیں

بائیں اسی طرح سے موٹر سائیکل چلائیں گے تو نہایت خطرناک شکل بھی آئے گی اور سڑک حادثوں کو یہ کھلی دعوت دینے کے برابر ہے۔

اس لئے میں، یہ جو بل آیا ہے، اس کا بھرپور سمرتھن کرتے ہوئے ایک دو بھاؤ کے ساتھ کہنا چاہونگا کہ اسے مکمل طور پر پاس کیا جائے اور اگر سرکار مکمل طور پر اسے پاس نہیں کرتی تو مشرا جی سے بات چیت کر کے سرکار اپنی ہی طرف سے کوئی ایسا بل لائے، جو دیش کے ہت میں ہو۔

ان تمام باتوں کی روشنی میں، میں اس بل کی پوری طرح سے حمایت کرتا ہوں۔ الیکٹرانک میڈیا پر صرف ایسے اشتہار دکھائے جانے چاہئیں جو ہماری تہذیب، ہمارے کلچر، ہماری اخلاقی روایات اور ہمارے اخلاقی اقدار کے مطابق ہوں۔ دوسرے، ایسے اشتہار نہیں دکھائے جانے چاہئیں، جن میں عورت کو اس کے پوتر اور مقدس مقام سے گرا کر تجارت کی منڈی میں تفریح کا ذریعہ بنایا جائے۔ تیسرے، ایسے اشتہارات نہیں دکھائے جانے چاہئیں، جن سے بچوں اور نابالغوں کے ذہنوں پر برے اخلاقی اثرات پڑیں۔ چوتھے، ایسے اشتہارات نہیں دکھائے جانے چاہئیں، جن میں بڑے بڑے دعوے گمراہ کن طریقے سے کر کے عوام کو دھوکہ دیا جاتا ہے اور کھودا پہاڑ لیکن چوہیا بھی نکلنے کے لئے تیار نہیں ہوتی ہے۔ اس لئے میری گزارش ہے کہ اس بل کو پاس کیا جائے۔ میں اس بل کی حمایت کرتا ہوں۔ بہت بہت شکریہ۔ ''غلط روی سے منازل کا بوجھ بڑھتا ہے''۔ غلط راستے پر چلنے سے منازل دور ہو جاتی ہے۔

غلط روی سے منازل کا بوجھ بڑھتا ہے

مسافرو، روش کارواں بدل ڈالو

''ختم شد''

श्री जयन्ती लाल बरोट (गुजरात): माननीय उपसभापति जी, आपने मुझे इस बिल पर बोलने का मौका दिया, इसके लिए सबसे पहले मैं आपके प्रति आभार प्रकट करता हूं।

उपसभापति जी, श्री मिश्र जी जो बिल लेकर आए हैं, मैं उस बिल का समर्थन करता हूं। आजकल युवा पीढ़ी से ऊपर की उम्र के लोग, जिनकी उम्र 50 साल से ज्यादा है, आज उनको अपनी आंखों से इश्तहारात देखकर शर्म अनुभव होती है। वे अपने परिवार के साथ, अपनी बहन, बेटी, बच्चों के साथ बैठकर न इश्तहार देख सकते हैं, न फिल्म देख सकते हैं, न चैनल देख सकते हैं। इसको रोकने के लिए सबके दिल में इच्छा है और सब सोच रहे हैं कि कैसे इसे रोका जाए, लेकिन अगर सरकार इस बारे में संकल्प नहीं करेगी तो यह संभव नहीं है। मैं सरकार से गुजारिश करूंगा कि इन इश्तहारात पर किसी भी तरह रोक लगाई जाए, क्योंकि इनमें ऐसी बातें बताई जाती

हैं जैसे आज ही आप फलां तेल लगाओ, कल आप बिल्कुल तंदरुस्त हो जाएंगे, आप यह खा लें, कल आप पहलवान हो जाएंगे, आज आप पहलवान हैं तो इसे खा लें, इससे आप जैसा चाहें वैसे हो जाएंगे, लेकिन होता कुछ नहीं है। तो सरकार जो इश्तहारात की इजाजत देती है, उनमें अगर चकासनी करने के बाद कुछ नहीं होता है, तो उस पर कानूनी कार्रवाही की जाए, तो इससे इश्तहारात देने वाले भी कुछ कंट्रोल हो सकेंगे। महिलाओं के लिए तो मैं केवल एक ही बात कहना चाहता हूं। बचपन में मैंने एक पिक्चर देखी थी, जिसमें बताया गया कि ''औरत ने जन्म दिया मर्दों को, मर्दों ने उसे बाज़ार दिया'', मुझे लगता है कि यह बात अब आज सही साबित हो चुकी है। आज इन्हीं मर्दों ने औरतों को बाजार में ला कर छोड़ दिया है। पहले हम जब औरत को देखते थे तब उसे मां के स्वरूप में देखते थे, बहन के स्वरूप में देखते थे या देवी के स्वरूप में देखते थे, लेकिन आज आदमी ने हर औरत को हवस का एक पुतला समझ लिया है। कोई छोटा बच्चा हो, उसके दिमाग में भी आज इसी तरह के विचार आते हैं क्योंकि पिक्चर में वह इन्हीं चीज़ों को देखता है। आज कोई छोटी उम्र का लड़का हो या लड़की हो, जिस तरह की चीज़ें वे लोग टीवी अथवा पिक्चर में देखते हैं, उन्हें लगता है कि हम भी इसी दौड़ में भागें।

विज्ञापनों में कभी-कभी यह दिखाई देता है कि सर पर अमुक तेल लगाओ तो उससे व्यक्ति को सेक्सी लुक मिलती है, औरतें उनके पीछे-पीछे घूमती हैं और फिर वे दरिया के किनारे दौड़ते हुए दिखाए जाते है। ये सब चीज़े देख कर छोटे-छोटे बच्चे भी इस प्रकार का तेल लेने के लिए निकल पड़ते हैं कि हम भी यह तेल लगाएंगे और लड़कियां हमारे पीछे इसी प्रकार आएंगी। इसलिए जो इस तरह के विज्ञापन दिखाए जाते हैं, उन पर कुछ न कुछ पाबंदी लगनी चाहिए, साथ ही साथ कानूनी रूप से भी ऐसी चीज़ों के लिए कड़ी से कड़ी सज़ा दिए जाने का कुछ प्रावधान होना चाहिए। छोटे बच्चों के दिमाग पर इन सब चीज़ों से जो असर पड़ता है, वह असर आज चाहे हमें कम दिखाई दे, लेकिन हम देखेंगे कि इस तरह से पन्द्रह-बीस वर्ष के पश्चात् हमारे हिन्दुस्तान का बिल्कुल बदला हुए समाज सामने आएगा। जिस भारतीय संस्कृति के आधार पर हम आज तक टिके हुए थे, हमारी वह मूल संस्कृति टूट जाएगी। पाश्चात्य संस्कृति के प्रभाव को पा कर जब यह युवा पीढ़ी बड़ी होगी, तब इस देश का क्या होगा, यह सोच कर भी मेरा मन कांप उठता है।

आज तो हमें भारतीय संस्कृति के आधार पर चलने वाले लोग, पुरानी संस्कृति के लोग प्रत्येक स्थान पर दिखाई दे जाते हैं, लेकिन अब इस समाज में इस प्रकार की चीज़ें आ गई हैं कि आज न तो बेटा मां-बाप का है, न बेटी है, न बहू उनकी है, न भाई है। सभी अपनी-अपनी राह पर चलते दिखाई देते हैं। हमारी भारतीय संस्कृति की संयुक्त परिवार की परम्पराएं आज टूट रही हैं, बिखर रही हैं। इसलिए मेरा मानना यह है कि इन विज्ञापनों एवं चैनलों पर कहीं, न कहीं रोक लगाई जानी चाहिए।

हम सभी जानते हैं कि आज चार-पांच वर्ष पहले अमरीका के वर्ल्ड ट्रेड सेंटर पर हमला हुआ और वह हमला होने के बाद शुरू में ही जो दृश्य दिखाए गए, उसके बाद से आज तक किसी

को उस बारे में कुछ और देखने को नहीं मिला कि उससे कितना नुक़सान हुआ या कितने लोग मर गए। लेकिन दूसरी तरफ हमारे भारत में जब किसी स्थान पर कोई दुर्घटना घटती है, तो टी०वी० चैनल्स वाले वहां पर पहुंच जाते हैं और पूरा दिन उसी दुर्घटना का ब्यौरा टी०वी० पर दिखाया जाता है, कहीं पर मरे हुए लोग पड़े हैं, कहीं कुछ है। समाज के दिमाग पर इन सब चीज़ों की वजह से बहुत गलत छाप पड़ती है। अतः टी०वी० पर क्या चीज़ दिखाई जानी चाहिए, क्या नहीं दिखाई जानी चाहिए, इसके बारे में भी कुछ न कुछ गाइडलाइन अवश्य बनाई जानी चाहिए ताकि आने वाले दिनों में भारतीय समाज एवं संस्कृति पर इन चीज़ों का असर गलत न पड़े। जिस प्रकार से हमने देखा कि अमरीका ने उस शुरुआती दुर्घटना की तस्वीरों के पश्चात् टी०वी० पर उस संबंध में कुछ नहीं दिखाया, जानते हैं क्यों? क्योंकि अमरीका की स्वयं की कुछ इज्जत है और अपने देश की इज्जत को अपनी इज्जत समझ कर वहां के टी०वी० चैनल्स वालों ने बाकी किसी भी चीज़ को टी०वी० पर नहीं दिखाया। भारतीय चैनलों को सोचना ऐसी क्यों नहीं है? जब दूसरे देशों वाले भारत की इस प्रकार की चीजों को देखते हैं तब सोचते हैं कि क्या भारत आज तक इसी मुकाम तक पहुंचा है।

कभी-कभी टी०वी० पर जब किसी दुर्घटना की कवरेज दी जाती है तब लोग उनसे पूछते हैं कि वहां का माहौल क्या है। जहां पर कोई दुर्घटना घटी होती है, लोग मरे पड़े होते हैं, रो रहे होते हैं, तब भी लोग पूछते हैं कि वहां का माहौल क्या है। अरे, इसमें पूछने वाली क्या बात है? लेकिन वे लोग फिर भी पूछते हैं। मेरा मानना यह है कि इस प्रकार के जो विदारक दृश्य दिखाए जाते हैं, उन पर भी रोक लगनी चाहिए।

तीसरा, चैनलों की इस होड़ में, एक-दूसरे को तुरन्त समाचार देने में कभी-कभी गलत समाचार दे दिए जाते हैं। आज टीवी पर न्यूज़ कम और व्यूज़ ज्यादा देखने को मिलते हैं और उन्हीं न्यूज़ एवं व्यूज़ को देते-देते वे पूरा दिन निकाल देते हैं, फिर दूसरे दिन पता चलता है कि वह तो बात ही गलत थी, तब उसे दिखाना छोड़ते हैं। लेकिन मेरा मानना है कि इस प्रकार जो गलतफहमी उत्पन्न करने वाली बातें हैं, जो व्यूज़ दिखाए जाते हैं, उन्हें रोका जाना चाहिए।

आजकल छोटे बच्चों के दिमाग पर जुनूनी आतंकवादी मानस बनता चला जा रहा है, क्योंकि जिस प्रकार से वे पिक्चर अथवा टी०वी० चैनल में लोगों को हाथ में रिवॉल्वर लिए देखते हैं, उसे देख कर आज चाहे दो-चार या पांच वर्ष का बच्चा हो और उसके हाथ में नकली पिस्तौल आ जाए तो वह अपने ही माता-पिता को कहने लगता है कि मैं आपको मार डालूंगा। इसलिए इस तरह की चीज़ों को दिखाए जाने पर रोक लगे, इसके लिए मैं आपसे विनती करता हूं।

अगली चीज़ जो मैं कहना चाहता हूं वह यह कि टी०वी० पर इसी प्रकार की चीज़ें दिखाई जानी चाहिए जिनसे हमारे देश के अन्दर, भारतीय संस्कृति के अन्दर किसी भी धर्म, मज़हब अथवा जाति-पाति का अपमान न हो। जो विज्ञापन टीवी पर दिखाए जाते हैं, वे भी ऐसे होने चाहिए, जिनसे किसी धर्म अथवा किसी जाति के लोगों को दुःख न पहुंचे।

तीसरी बात मैं बोलता हूं कि कई ऐसे सीन दिखलाए जाते हैं उनको देखने के बाद जब हम दूरदर्शन से उसकी कॉपी मांगते हैं तो वे कहते हैं कि हम जो भी लाइव दिखलाते हैं, उसकी हम कोई कॉपी अपने पास नहीं रखते हैं। तो मैं विनती करता हूं कि दूरदर्शन से दिखाया हुआ कोई भी सीन हो या किसी चैनल ने कुछ भी दिखाया हो, अगर उसकी कॉपी किसी को चाहिए तो वह उसको मिलनी चाहिए जिससे उसको कानूनन रोकने के लिए जाना हो तो वह जा सके। लेकिन उसकी वे कॉपी देते नहीं हैं और कहते है कि लाइव टेलीकॉस्ट की कोई कॉपी हम नहीं रखते हैं। तो कॉपी रखने के लिए भी इंतजाम करना चाहिए। इसी के साथ मैं मिश्र जी के द्वारा लाए हुए बिल का समर्थन करता हूं और सरकार से भी विनती करता हूं कि तुरन्त बिल लाया जाए और कड़ी से कड़ी सजा का प्रावधान करते हुए ऐसे चैनलों पर रोक लगाई जाए जिससे बालकों के मानस और महिलाओं की इज्जत पर जो हाथ जा रहा है, वह कम हो सके। धन्यवाद।

श्री सिलवियस कोंडपन (असम): उपसभापति महोदय, माननीय सदस्य कलराज मिश्र जी के द्वारा लाए गए बिल के ऊपर चर्चा करने के लिए आपने जो मौका दिया है, मैं आपका आभारी हूं। इस बिल पर हमारे काफी माननीय सदस्यों ने अपने-अपने विचार रखे हैं। इसमें ऐसी बातें उभरकर आई हैं कि विज्ञापन के नाम से जो सुविधा मिली हुई है, टी॰वी॰ चैनलों को जैसे-जैसे विज्ञापन दिखाया जा रहा है यहां आम जनता के साथ में नए जो लोग आ रहे हैं उनको जो आज साइंस एंड टेक्नॉलोजी, हमारी जनरल एजुकेशन के आधार पर जनता को जहां दिया जा रहा है उधर टेलिविजन विज्ञापन द्वारा उनको दूसरी तरफ ले जाया जा रहा है। समाज को जो मोरल एजुकेशन-नैतिक शिक्षा चाहिए उसके विरुद्ध भी इन विज्ञापनों से उन पर बुरा प्रभाव पड़ रहा है। आज हमारे साथियों ने काफी बातों को अपने भाषण में रखा है। मैं एक बात को आपके ध्यान में लाता हूं और वह यह है कि विज्ञापन के नाते में हमारे देश में एक परम्परा है कि देश के लोग अपनी सरकार का, अपने प्रतिनिधियों का, अपने नेताओं का सम्मान करें, इज्जत करें लेकिन इन विज्ञापनों के माध्यम से हम पाते हैं कि उनको इतनी आजादी मिली है कि कहीं, कोई साबुन व दवा पान मसाला आदि बिक्री कर रहा है, उनका विज्ञापन कर रहा है और इसमें प्रधान मंत्री के रूप में और परवेज मुशर्रफ के रूप में दो आदमी बात कर रहे हैं तथा उनकी वॉयस को केरीकेचर कर रहे हैं और वह आपस में हाथ मिलाते हैं और बातें करते हैं तथा कोई चीज की बिक्री कर रहे हैं। इस तरह से यह सब हो रहा है। हमने कई बार देखा है कि कई मंत्रियों की आवाज को केरीकेचर करते हैं और उनकी बातों को विज्ञापन के नाते से हास्य उड़ाते हैं। यह तो बहुत भयानक बात है। इससे सारे देशवासियों को यह शिक्षा दी जा रही है कि अपने नेताओं को तुम मत मानो, उनका तमाशा करो, उनकी खिलाफत करो। ऐसे विज्ञापन कैसे टी॰वी॰ चैनल में चलता है और उसको हम लोग देखते हैं जिस पर हमारी कोई प्रतिक्रिया नहीं है। मुझे बहुत अफसोस हुआ कि यह जो एडवर्टाइजमेंट था, हमने देखा है कि परवेज मुशर्रफ और डा॰ मनमोहन सिंह जी की आवाज

को केरीकेचर करके दिखाया गया लेकिन यह अच्छा रहा कि इसमें डा॰ मनमोहन सिंह जी की बैक साइड को दिखाया और परवेज मुशर्रफ का चेहरा दिखलाया। विज्ञापन के नाम से मजाक करने के लिए देश के किस कानून ने उनको अनुमति दी है, उनको ऐसा करने का अधिकार किसने दिया है? इसलिए देशवासियों के सामने विज्ञापन के माध्यम से देश के नेताओं का तमाशा करके दिखाने का अधिकार नहीं दिया जाना चाहिए। इस बात पर बहुत सीरियसली चिंता करनी चाहिए। बहुत बार हम देख रहे हैं कि हमारे नेताओं को विज्ञापन के नाम से खड़ा कर देते हैं और उनकी आवाज से सारी बात को बतलाते हैं और उनकी आवाज से देश की योजनाओं के बारे में कुछ केरीकेचर करते हैं। हमारे नेताओं का इससे देश में अच्छा संदेश नहीं जाता है। देश के निर्माण के बारे में, देश के नेताओं के भाषण के बारे में केरीकेचर करके देश की जनता को ऐसी शिक्षा देना अच्छा नहीं है। इसीलिए मैं इस बात को बोलने के लिए उठा हूं कि हमारे सदस्यों ने बहुत महत्वपूर्ण बातें विज्ञापनों के बारे में बताई हैं। विज्ञापनों में क्या अन्याय हो रहा है, क्या अभिचार हो रहा है, कैसे समाज को गुमराह किया जा रहा है और इसको कहीं न कहीं बंद करना होगा। मैं इन्हीं बातों के साथ कलराज मिश्र जी को बधाई देता हूं और मैं सोचता हूं कि आपके बिल के आधार से देश में विज्ञापन के नाम से जो अपना समाज बिगड़ रहा है, इस बिगड़ने से समाज को बचाना है। धन्यवाद।

डा॰ नारायण सिंह मानकलाव (नाम-निर्देशित): माननीय उपसभापति महोदय, प्रस्तुत विषय पर श्रीमान कलराज मिश्र जी ने जो विधेयक पेश किया है, यह स्वागत योग्य है और इस पर पिछले दो-तीन घंटे से बहस चल रही है। सभी कारनर से, सभी दलों से, सभी सदस्यों की ओर से इस पर गहरी चिंता व्यक्त की जा रही है और मैं भी उस चिंता में अपने आपको सम्मिलित करने का मोह नहीं छोड़ सका, इसलिए आज इस विधेयक के पक्ष में अपने विचार रखने के लिए खड़ा हुआ हूं। कई इश्युज, कई मसले इस विधेयक को लेकर के इलेक्ट्रानिक मीडिया में जो विज्ञापन आ रहे हैं, उनके बारे में उठे हैं। स्थिति यहां तक पहुंच गई है कि एक दादा, बेटा, पोता और पोती साथ में बैठकर टी॰वी॰ नहीं देख सकते हैं, यह बात कही जा चुकी है। हमने साथ में बैठकर धाारावाहिक देखना बंद कर दिया है, परन्तु न्यूज जैसा आईटम साथ में बैठकर देखना एक प्रवृत्ति थी, लेकिन आजकल तो न्यूज में भी ऐसे एडवरटाइजमेंट आ गये हैं कि उसको बंद करें तो छोटा बच्चा कहता है कि दादा जी ने इसे क्यों बंद कर दिया और चालू रखें तो यह रहता है कि क्या हो रहा हैं यह जो परिस्थिति है, इससे कोई भी गैर-वाकिफ नहीं है, सब लोग इससे वाकिफ हैं और सभी अच्छी तरह से जानते हैं कि यह जो हो रहा है, यह समाज के या हमारी भारतीय संस्कृति के या हमारी युवा पीढ़ी के या किसी भी पीढ़ी के हक में नहीं हो रहा है, यह किसी के लिए नहीं हो रहा है, यह केवल पैसा कमाने के लिए, केवल अपने प्रोडक्ट को बेचने के लिए हो रहा है। इस ऊहापोह में सब इसके शिकार होते जा रहे है। आपने देखा होगा, हम सब देखते हैं कि इस प्रकार के भ्रामक इश्तहार आते हैं, भ्रामक इश्तहार की बात एक तरह से समाज को नुकसान पहुंचाती है,

परन्तु जो परोसा जा रहा है, उससे हमारी मानसिकता, हमारी युवा पीढ़ी की मानसिकता बहुत ही ज्यादा प्रभावित हो रही है। मुझे आज तक यह समझ में नहीं आया कि यह प्रचार की दुनिया, यह विज्ञापन की दुनिया जो चैनलों के माध्यम विज्ञापनों का बहुत बड़ा व्यापार करती जा रही है, उसमें आज तक कोई पोजेटिव, कोई रचनात्मक विज्ञापन उसने नहीं दिखाया है। हमारे देख में नशा बढ़ाने के लिए तो उन्होंने विज्ञापन दिये, लेकिन नशा की मुक्ति के लिए, नशा को रोकने के लिए ऐसा कोई विज्ञापन नहीं दिया। हमारी बढ़ती हुई जनसंख्या की समस्या बहुत महत्वपूर्ण है, इसका उन्होंने कोई उल्लेख नहीं किया। ये सारी चीजें जो आज के विज्ञापनों में आ रही है, ये सोशल समाज को तोड़ने वाली हैं, ये समाज में विकृतियां पैदा करने वाली हैं, ये समाज के अंदर एक अश्लीलता, एक संस्कारहीनता और एक अपराधबोध की भावना को प्रकट करने के लिए हैं। हम कैसे ज्यादा से ज्यादा उन बुराइयों की ओर जा सकें, इसको प्रेरित करने के लिए यह एक बहुत बड़ा व्यापार है। हम सब जानते हैं कि इसके खिलाफ लड़ाई लड़ना एक बहुत ही मुश्किल काम है। परन्तु सदन की भावनाओं को देखते हुए, हम सब की भावनाओं को देखते हुए, इस भारतीय संस्कृति और भावी पीढ़ी के भविष्य को देखते हुए अब वह समय आ गया है जब सरकार को एक ऐसा निर्णय लेना पड़ेगा और उस निर्णय के तहत कौन-सा विज्ञापन, कौन-सा एडवरटाइजमेंट, किस चैनल पर आ रहा है। और मॉनिटर करने के बाद कौन सा सही हे, कौन सा गलत है, किसको होना चाहिए, किसको नहीं होना चाहिए, इसका निर्णय करना पड़ेगा। महिलाओं के बारे में महिलाओं के प्रस्तुतिकरण के बारे में बहुत कुछ कहा जा चुका है, हम सब जानते हैं, उसकी पुनरावृत्ति करने की आवश्यकता नहीं है। लेकिन क्या सारी चीजें बिकाऊ हैं? उनके साथ हमने महिलाओं को भी इतना बिकाऊ बना दिया है। एक तरफ तो हम इस सदन में महिलाओं के 33 परसेंट आरक्षण की बात करते हैं, एक तरफ महिला उत्थान की बात करते हैं, महिला सशक्तिकरण की बात करते हैं और दूसरी तरफ महिला को इस रूप में दिखाया जाता है, जैसा मौलाना साहब ने कहा। द्रौपदी का चीर बचाने के लिए तो भगवान श्रीकृष्ण आ गए थे, आज की द्रौपदी का चीर बचाने के लिए महोदय, यह संसद है, यह सरकार है जो उसका चीर बचा सकती है, नहीं तो दुशासनों द्वारा इस चीर का बिल्कुल हरण कर लिया जाएगा और आज चीर ले लिया गया है, द्रोपदी की साड़ी उतार ली गयी है-अब एक बिकिनी के अंदर आज भारत की महिला हमारे सामने है। इसलिए मैं पुरजोर शब्दों में, श्रीमान मिश्र जी द्वारा प्रस्तुत इस विधेयक का समर्थन करता हूं और सरकार से निवेदन करता हूं कि मिश्र जी से बातचीत करके, उसको सरकारी बिल के रूप में लाकर, हमारे समाज में इस बढ़ती हुई बुराई को कंट्रोल करने में सहयोग प्रदान करें। धन्यवाद।

डा० फागुनी राम (बिहार): सर, आपने बोलने का मौका दिया और पचौरी साहब ने प्रोत्साहन दिया, उसके लिए हम आपके प्रति आभार व्यक्त करते हैं। यह इलेक्ट्रोनिक मीडिया पर

वाणिज्यिक विज्ञापन पर कलराज मिश्र जी का विधेयक है, प्राइवेट मेंबर्स बिल, यह बड़ा उपयोगी है। मैं उनके प्रति आभार प्रकट करता हूं। क्योंकि वाणिज्य को बढ़ाने के लिए विज्ञापन किया जाता है, ऐसा नहीं होना चाहिए कि जिसके माध्यम से वाणिज्य को बढ़ाया जा रहा है, वही वाणिज्य बन जाए और वाणिज्य पीछे रह जाए। यह बड़ी मुश्किल बात होगी। हमारे धर्म शास्त्रों में नारी की पूजा की गयी है। मनुस्मृति में लिखा हुआ है, मनु महाराज ने कहा है, ''यत्र पूज्यंते नार्यास्तु, रमन्ते तत्र देवता:।'' जहां नारी की पूजा की जाती है, वहां देवता निवास करते हैं। इसी प्रकार कहा गया है कि ''मातृवत परदविषु'' दूसरे की औरत को माता के समान देखा जाए। आप देखते हैं, उतनी विलक्षण कृति दूसरे किसी में नहीं है। ग्रंथों में कहा है कि जब नारी चलती है और वह खाना खिलाती है तो वह मां की तरह होती है, जब साथ में चलती है तो दोस्त की तरह होती है, जब साथ रहती है तो पत्नी की तरह होती है और जब सेवा का काम करती हैं, सेवक की तरह होती है। नारी को इतना महत्व दिया गया है-जो कह रहा है, बहुत जरूरी है। विज्ञापन क्या है? एक बार मैं धर्म प्रवचन में था तो कहा गया कि एक आदमी ने बहुत पुन्न किया था, उसके भाग्य में कहीं नहीं लिखा था कि वह नर्क देखेगा। लेकिन जब वह स्वर्ग की ओर जाने लगा तो दाहिनी तरफ स्वर्ग का दरवाजा था और दूसरी तरफ नर्क का दरवाजा था। नर्क के दरवाजे पर मृदंग बज रहा था, अप्सराएं नाच रहीं थीं, सुगंध आ रही थी और उसकी इतनी बढ़िया सजावट थी कि कोई भी आदमी मंत्र-मुग्ध हो जाता। दूसरी ओर, स्वर्ग के दरवाजे पर कुछ नहीं था। उसने कहा कि तुम हमें उधर ले जा रहे हो, जहां कुछ है ही नहीं, बाईं ओर ले चलो। उन्होंने कहा कि वहां मत चलिए, इसको क्या देखिएगा। वह बोला कि चलो, एक बार देखकर तो आते हैं। जैसे ही वह भीतर गया, वैसे ही एक आदमी आया, उसको उठाकर पटक दिया। उसने पूछा कि यह क्या है? उन्होंने बताया कि यहां तो यही है। उसने कहा कि बाहर क्या था? कहने लगा कि बाहर तो विज्ञापन था, वह मेरा असली रूप नहीं था, वह तो विज्ञापन था। आज भी इसी तरह से विज्ञापन का रूप होता चला जा रहा है कि हो चाहे न हो, विज्ञापन ऐसा बना दिया जाता है कि नर्क की तरह चीज हो लेकिन विज्ञापन स्वर्ग की तरह हो जाता है। ऐसा सुनहरा बना दिया जाता है कि आदमी उसमें चलने लगता है। हम उसी तरह से विज्ञापन को आज देखते हैं। विज्ञापन का बड़ा प्रभाव पड़ता है। विज्ञापन में नारी के बारे में बहुत चर्चा हुई। हमारे शास्त्रों में कहा गया कि नारी की पूजा हो रही थी। कहीं मैंने पढ़ा है, धार्मिक पुस्तक में कि हम सब मनुष्य जो हैं, स्वर्ग में रहते थे। तो स्वर्ग में रहते थे और मानव यदि कहीं ज्यादा रहेंगे तो कुछ न कुछ गलती करेंगे। उन्होंने कुछ गलती की, तो उनको कहा कि नहीं, तुम स्वर्ग में रहने के लायक नहीं हो, तुम नरक में चले जाओ। तो मनुष्य मृत्युलोक में चला आया। वहां भी अप्सराएं नाचती थीं, सुगंध मिलती थी, बहारें थीं, फूल खिलते थे, सदाबहार था, सुख ही सुख था, आराम ही आराम था, सुगंध ही सुगंध थी, कहीं दुख नहीं था, कहीं पाप नहीं था, कहीं कोई रोग नहीं था, सब लोग हंस रहे थे, तो चल दिया यहां। फिर स्वर्ग के देवता से कहा कि भगवान, हमें तो मृत्युलोक में भेज रहे हैं, वहां तो जन्म-मरण की बात सबसे पहले होती है,

वहां तो जो जन्म लेगा, वह मर जाएगा, तो हमको भी एक दिन मरना होगा और फिर यह स्वर्गीय आनन्द हमें कहां मिलेगा? तो उन्होंने कहा कि ठीक है, इसकी क्षतिपूर्ति के लिए हम तुमको एक नारी देते हैं। तो भगवान ने स्वर्गीय आनन्द देने के लिए, स्वर्ग की क्षतिपूर्ति के लिए एक नारी दी और उस नारी को हम लोग जब विज्ञापनों में देखते हैं, तो आंखें झुक जाती है। एक तरफ हम देखते हैं कि हमारे शास्त्रों में नारी प्रधान पूजा होती है, सब जगह शक्ति की पूजा होती है। राम को राम और सीता नहीं कहा जाता है, सीता-राम कहा जाता है। कृष्ण को कृष्ण और राधा नहीं कहा जाता है, राधा-कृष्ण कहा जाता है। नारायण को नारायण और लक्ष्मी नहीं कहा जाता है, लक्ष्मी-नारायण कहा जाता है। हमारे यहां शक्तियों की इतनी पूजा होती है कि हम उन्हें आगे मानते हैं, लेकिन विज्ञापन में अपने लाभ के लिए, अच्छा देखने के लिए, अच्छा लगने के लिए, खुश होने के लिए हम उनको अश्लील तरीके से व्यवहार में लाते हैं और कहते हैं कि यह विज्ञापन से हो। क्यों? बच्चों का विज्ञापन हो, तो बच्चों को क्यों नहीं दिखाया जाता? मर्दों का विज्ञापन हो, तो मर्दों को क्यों नहीं दिखाया जाता? किसी आर्टिकल का विज्ञापन हो, तो आर्टिकल को क्यों नहीं दिखाया जाता? सबका प्रचार-एक तरफ नारी कोई शराब लिए हुए है, दूसरी तरफ कई नारियां कोई नशीली चीज लिए हुए हैं-वे खुद उसका सेवन नहीं करती हैं, लेकिन प्रचार के लिए उनको दिखाया जाता है, इसलिए कि उनके प्रति आकर्षण है। लोग देखते हैं उस विज्ञापन को कि इस विज्ञापन में क्या हो रहा है? तो हमको इस पर विचार करना चाहिए।

भगवान बुद्ध जब बोधगया में मर रहे थे, तो कोई पूछ नहीं रहा था, किसी ने ज्ञान नहीं दिया था, लेकिन सुजाता नाम की अछूत कन्या ने उन्हें ज्ञान दिया कि ''वीणा के तार को इतना मत कस दो कि वह टूट जाए और न इतना ढीला कर दो कि आवाज ही न निकले।'' तो मध्यम मार्ग के लिए भगवान बुद्ध ने कहा कि हम इतनी कठिन तपस्या नहीं करें कि हम मर जाएं या तपस्या बिलकुल ही न करें कि हम तपस्वी कहलाएं ही नहीं। मध्यम मार्ग का ज्ञान मिला उनको सुजाता नाम की अछूत कन्या से। जब उठे तो उनको सुजाता नाम की कन्या ने खीर खिलाई। जब यशोधरा के पास लौटकर गए भिक्षा के लिए, सिद्धि प्राप्त करके, तो यशोधरा ने उनसे कहा कि तुम तो हमको भूल गए, छोड़ करके चले गए, रात में मैं अकेली सोई हुई थी, सोती छोड़कर गए-

''साथ सिद्ध एक स्वामी गए,
यह गौरव की बात,
पर चोरी-चोरी गए,
यही बड़ा व्याघात।''

यशोधरा के मन में यही बात थी अगर जाना था तो हमसे कह कर जाते। मैं उनको परमिशन देती कि सिद्धि के लिए जा रहे हैं, आप जाइए, लेकिन चुप से गए, चोरी से गए, यह हमारे लिए

बहुत ही कष्ट की बात है, इसी प्रतीक्षा में हैं वे। तो उन्होंने कहा कि आपने नारियों को कम समझा। उन्होंने कहा कि-

"तब से जब क्षीण हुआ,
मन से शरीर से,
मुझे बचाया मातृ जाति ने ही,
खीर से।"

भगवान बुद्ध को ज्ञान ही नहीं दिया, उनके प्राण भी बचाए खीर से। नारियों की इतनी पूजा होती है। आप देखते हैं कि जहां पुरुष कोई काम नहीं कर सकता-जर्जरासुर संग्राम में जब राक्षसों का प्रकोप इतना बढ़ गया था, तो महिषासुरमर्दिनी की हम हर दशहरा में मूर्ति बनाते हैं, आखिर क्यों बनाते हैं? उन्हीं की पूजा क्यों होती है? क्योंकि जहां पुरुष वर्ग भी असमर्थ था, वहां नारियां थीं, नारियां सफल हुईं। मनुष्य की नहीं, देवताओं की उन्होंने रक्षा की, इसीलिए नारियों की पूजा करनी चाहिए और नारियों की पूजा की जाती है। अगर परिवार में एक आदमी पढ़ता है तो एक आदमी पढ़ता है, लेकिन अगर परिवार में एक महिला पढ़ जाती है तो पूरा परिवार पढ़ता है। क्योंकि कहा गया है कि परिवार ही हर चीज की प्रारंभिक सबसे अच्छी पाठशाला है। बच्चे चार-छः सात घंटे स्कूल में रहते है, तो पंद्रह-सोलह घंटे घर में रहते हैं। घर में जो शिक्षा दी जाती है, जो पढ़ाई होती है, पुरुष वर्ग तो काम करता रहता है, नारी ही वह शिक्षा देती है। तो जहां नारियां इतनी शिक्षा दें, पालें-पोसें, बड़ा करें और आगे बढ़ाएं, ममता दें, वात्सल्य दें, खाना दें, अपने खून से पालन करें और उन नारियों के बारे में ऐसा कहना, मानवता के बारे में या मानवता के आधार के बारे में, सृष्टि का जो सबसे बड़ा सगुण आधार है, उसकी निंदा करना है। ऐसा नहीं किया जाना चाहिए, मैं जानता हूं। अंत में, हम लोगों को नारियों के बारे में अच्छी तरह से सोचना चाहिए क्योंकि वे पूज्य हैं। लेकिन आज नारियों के बारे में दृष्टि कुछ कम गई है। मैथिली शरण गुप्त ने कहा है, 'अबला जीवन हाय तुम्हारी यही कहानी, आंचल में है दूध, आंखों में है पानी।' आज महिलाओं की यह स्थिति है कि जब हम पलने लगते हैं तो उसके दूध पर ही पलते हैं। जब हमारा काम चल जाता है तो फिर हम उसको सताने लगते हैं। उसको नीचा समझने लग जाते हैं और उसके साथ दुर्व्यवहार करने लगते हैं। यह काम उचित नहीं है। आज प्रचार के और भी तंत्र हैं, लेकिन टी°वी° प्रचार का, विज्ञापन का सबसे बड़ा, सबसे विस्तृत और सबसे प्रभावी माध्यम है। आज जहां पर घरों में बिजली नहीं है, लोग बैटरी से बिजली लेते है। वहां पर यह हालत है कि जब कोई धार्मिक चर्चा हो रही होती है या कोई ब्रेकिंग न्यूज भी दिखाई जा रही होती है, जब कोई इम्पोर्टेंट समाचार दिखाया जा रहा होता है तो उसको तुरंत बंद करके कहते हैं कि हम आपसे 10 मिनट बाद मिलते हैं और विज्ञापन दिखाया जाने लगता है। कहीं विज्ञापन में शराब पीते हुए दिखाया जाता है तो कहीं नारियों के विभिन्न रूपों को दिखाया जाता है। नारियों के काफी कामों

को दिखाया जाता है। बच्चों को शराब पीते हुए दिखाया जाता है। उनको चोरी करते हुए दिखाया जाता है। बच्चों को गलत कामों पर पिटते हुए दिखाया जाता है। बच्चों को झूठन खाते हुए दिखाया जाता है। हमारा देश कहां जा रहा है? आज का लड़का ही कल का भविष्य है। Child is the father of man. आज के बच्चे कल के लिए श्रेष्ठ हैं। वे कल के लिए भविष्य बनाएंगे। हम उन बच्चों को क्या देना चाहते हैं? हम उन महिलाओं को क्या देना चाहते हैं जो हमारी प्रतिष्ठा की रक्षा करती हैं? जो हमें जीवनदान देती हैं और हमें जीवन देकर पालती हैं। वे हमारे जीवन को आगे बढ़ाती हैं। वे हमारे जीवन को ममता और वात्सल्य देती हैं। जो कि कहीं नहीं मिलता है, केवल मां के आंचल में ही मिलता है और मां की गोद में मिलता है। यदि हम उसे भूलकर ऐसा करते हैं तो यह कदापि उचित बात नहीं होगी। यह हमारा शिष्टाचार है, यह हमारा आचरण है। इससे हमारा समाज बिगड़ेगा, शिष्टाचार बिगड़ेगा और इससे सभी लोगों के आचरण पर प्रश्नवाचक चिह्न लग जाएगा, बुद्धि पर प्रश्नवाचक चिह्न लग जाएगा और अगर आगे बढ़ने के हमारे प्रगति के रास्ते पर प्रश्न चिह्न लग जाएगा तो हमारी प्रगति का जो सही-सही मूल्यांकन होगा, जो सही-सही हमारा आदर्श होगा, जो हमारा आंतरिक आचरण होगा, व्यवहार होगा, ज्ञान होगा उसमें रुकावट आ जाएगी। हम यह चाहते हैं कि समाज के सभी लोगों को, प्रबुद्ध लोगों को इस पर विचार करना चाहिए कि हमें नारी के महत्व को किसी भी कीमत पर कम नहीं होने देना चाहिए क्योंकि वह समाज की हमसे ज्यादा प्रबुद्ध अंग है। हमें यह बात जान लेनी चाहिए। विज्ञापन वस्तु की बिक्री के लिए है, लेकिन जहां पर हमारे गरीब बच्चे सिसक रहे हों, जहां पर विज्ञापन के माध्यम से हमारी महिलाओं की बिक्री हो रही हो, जहां उनके आचार-व्यवहार के मुद्दे पर चर्चा हो रही हो, तो ऐसा विज्ञापन किस काम का है? विज्ञापन की इस कीमत पर विज्ञापित वस्तुओं के बिकने का क्या आधार होगा और उसकी क्या कीमत होगी, तो उसकी बड़ी से बड़ी कीमत हमको चुकानी पड़ रही है। वह बरबाद होती जा रही है और उस पर लांछन लगता जा रहा है तो इस बारे में सोचा जाना चाहिए क्योंकि विज्ञापन लाभ के लिए है। विज्ञापन भलाई के लिए है, विज्ञापन विनियोग के लिए है और महिलाएं हमारे पर्दे के लिए हैं। महिलाएं हमारी प्रतिष्ठा के लिए हैं, महिलाएं हमारे संस्कार के लिए हैं। महिलाएं हमारे पोषण के लिए हैं, महिलाएं हमें जन्म देने के लिए हैं और महिलाएं समाज के सारे कार्यक्रमों की रक्षिकाएं हैं। वे इसको आगे बढ़ाती हैं। यदि महिलाओं के बारे में ऐसे विज्ञापन किए जाते हैं जिनसे महिला की प्रतिष्ठा पर आंच आती है तो यह सोचना चाहिए कि मानव जीवन, मानव आचार, मानव सभ्यता और मानव की बुद्धि और विवेक पर कलंक लगता है, धब्बा लगता है। हम लोगों को इस पर विचार करके उनके प्रति आदर का भाव रखना चाहिए, हम आपसे यही प्रार्थना करेंगे। अक्सर यह देखा जाता है कि सिगरेट पर एक तरफ statutory warning लिखी होती है कि "Smoking is injurious to health". यह सभी सिगरेट के विज्ञापनों पर लिखा होता है। लेकिन सिगरेट का प्रचार इतने बढ़िया तरीके से होता है कि जरा एक कश तो ले लूं। उसका प्रचार ऐसे होता है कि जैसे एक कश लेने से उसमें

जान आ जाती हो। एक पैग शराब पीने से लगता है कि वे मरे हुए बच जाएंगे, उनके लिए वह अमृत हो जाती है। तो अमृत को विष बनाया जा रहा है और विष को अमृत बनाया जा रहा है। हम समझते हैं कि ऐसा करना उचित नहीं हैं। इसके बारे में हम लोगों को विचार करना चाहिए और घनघोर विचार करना चाहिए ताकि ऐसा काम न हो।

उपसभापति जी, बच्चे कल के नौनिहाल है। बच्चों में male और female, दोनों होते हैं। हमने बच्चों के लिए बहुत कानून बनाए हैं। हमने कहा है कि 6 साल से 14 साल के बच्चों के लिए अनिवार्य शिक्षा होगी। यह बहुत अच्छी बात है क्योंकि-

''बुद्धि जस्य बलं तस्य, निर्बुद्धिस्य कुतो बलं''

अर्थात् जिसके पास बुद्धि है, उसी के पास बल है, जिसके पास बुद्धि नहीं है, उसके पास बल कहां से आएगा? इसके लिए शिक्षा जरूरी है। शिक्षा इसलिए जरूरी है क्योंकि हम बच्चों का जितना निर्माण करेंगे, कल का भविष्य वैसा ही होगा। आज के बच्चों का जैसा भविष्य होगा, जैसी उनकी शिक्षा होगी, जैसी उनकी संगति होगी, जितना समन्वय और समभाव वे करेंगे, वैसा ही हमारा भविष्य होगा। हमारा कल का भविष्य वही होगा जो बच्चे आज सीखेंगे, क्योंकि आज के बच्चे कल पिता बनेंगे और उनके भी बच्चे होंगे। तो फिर यदि वे खुद ही अच्छा नहीं सीख सकेंगे, तो अपनी आने वाली जनरेशन को क्या विचार दे सकेंगे? इसलिए बच्चों के बारे में सोचा जाना चाहिए।

उपसभापति जी, यह विज्ञापन नहीं दिखाया जाता है कि बच्चे क्यों नहीं पढ़ते हैं, लेकिन यह विज्ञापन दिखाया जाता है कि वे खाने के लिए कुत्ते से लड़ रहे हैं। यह नहीं दिखाया जाता है कि एक गरीब आदमी को परदा दे दो, गरीब महिला को, काम करने वाली महिला को कपड़ा दे दिया जाए, लेकिन यह दिखाया जाता है कि फटे-पुराने वस्त्र पहने, देह दिखाने के रूप में यह लोग काम करते हैं। ये इतने जरूरतमंद हैं कि किसी भी परिस्थिति में जीवन बचाने के लिए काम करना जरूरी है, लेकिन उनकी प्रतिष्ठा और प्राण जरूरी नहीं समझे जाते हैं। यह विचार हमें बदलना होगा। हमें सोचना होगा कि इसके बारे में हम क्या कर सकते हैं और क्या करना चाहिए और क्या करना उचित है।

इसी तरह से हम चाहते हैं कि समय का सदुपयोग होना चाहिए। हम बड़े आराम से टी०वी० देखते हैं और सोचते हैं कि इससे शिक्षा मिलेगी क्योंकि जो चीज सौ बार पढ़कर नहीं आती, वह लिखकर आती है। यह कहा जाता है writing is ten times better than reading और देखना, लिखने से सौ गुना अच्छा है। यह इतनी बड़ी बात है कि जो सौ बार पढ़कर नहीं सीखता है, वह एक बार देखकर सीख लेता है। जब टी०वी० का आविष्कार हुआ था, तो यह बात कही

जाती थी कि अमरीका में कोई बात हो रही हो, तो हम यहां देख सकते हैं। आज दिल्ली में जो भी बात हो रही हो, आज देहात का आदमी देख सकता है, चाहे वह किसी भी पार्टी का हो। आज टी०वी० से सबसे अधिक लोग प्रभावित हैं, इसलिए इसका इस्तेमाल उसी तरह से होना चाहिए कि जो कुछ लोग देख रहे हैं, जो कुछ लोग सीख रहे हैं, वह हितोपकारी होना चाहिए, देशोपकारी होना चाहिए, समाज के लिए कल्याणकारी और कंस्ट्रक्टिव होना चाहिए, ताकि लोग इससे शिक्षा लें और आगे बढ़ें। अगर ऐसा हो सकेगा तो हम विज्ञापन के आधार को अच्छा मानेंगे और यह उसकी सफलता होगी। मैं चाहता हूं कि समाज में सबको शिक्षा मिले, संस्कार मिले, जागृति मिले, अगर ऐसा हो सके, तो बहुत उपकार हो सकेगा।

अंत में मैं यही कहना चाहूंगा कि आप जो बिल लाए हैं, यह बहुत अच्छा बिल है लेकिन कागज़ से कुछ नहीं होता है, कागज को दिल में उतारने से बात बनती है। जब तक हम इसे दिल में नहीं उतारेंगे, जब तक हरेक आदमी इसे आचरण में नहीं लाएगा, तब तक यह केवल पन्नों में रह जाएगा, अनजान पन्ना बनकर रह जाएगा, जिसमें जान नहीं होगी, अनजान अक्षर बनकर रह जाएगा, जिसमें जान नहीं होगी। जब इसमें भावनाएं जुड़ेंगी कि हमें महिलाओं का कल्याण करना है, बच्चों का कल्याण करना है, चाहे वे किसी भी वर्ग की महिलाएं हों, वे देश की महिलाएं हैं, चाहे वे किसी भी वर्ग के बच्चे हों, वे देश के बच्चे हैं, उनका भविष्य, इस देश का भविष्य होगा। अगर हम लोग ऐसा कर सकेंगे, तो हम समझते हैं कि देश और समाज के प्रति बड़ा उपकार होगा। इन्हीं शब्दों के साथ मैं आपका धन्यवाद करता हूं कि आपने मुझे बोलने का मौका दिया और खूब बोलने का मौका दिया, आज आपने घंटी नहीं बजाई, इसके लिए मैं आपका बहुत आभारी हूं, धन्यवाद।

कुमारी निर्मला देशपांडे (नाम निर्देशित): उपसभापति जी, मुझे आज से 40 साल पहले का एक वाकया याद आ रहा है। मेरे गुरु संत विनोबा भावे हमसे कहा करते थे कि आज के ज़माने में सत्याग्रह करना हो, तो कुछ दूसरे ढंग से करना चाहिए, जैसे पहले होता था, वह नहीं। हमको भीतर जाकर सूक्ष्म रूप से काम करना चाहिए। लेकिन जब उन्होंने एक बार पैदल चलते हुए एक शहर में एक विज्ञापन देखा, तो उनकी आत्मा तड़प उठी और उन्होंने कहा कि ऐसे विज्ञापन? क्या हाल होगा हमारे देश का, क्या महिलाओं का हाल होगा, क्या बच्चों का होगा, क्या नई पीढ़ी का होगा। फिर हम सबसे उन्होंने कहा. उस समय हम लोग भूदान के काम में, एक सामाजिक क्रांति के काम में लगे थे, कि ये जो सारे अशोभनीय विज्ञापन हैं, पोस्टर्स हैं, इनके खिलाफ सत्याग्रह शुरू करो और बहुत बड़े पैमान पर उस जमाने में सत्याग्रह हुआ। मुझे यह इसलिए याद आ रहा है कि उस जमाने में, यह आज से 40 साल पहले की बात है, इतने भद्दे विज्ञापन नहीं थे, जितने आज हमको देखने पड़ रहे हैं और खास कर इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के द्वारा हमको दिखाए जा रहे हैं। सवाल यह है कि यह जो विज्ञापन पर आधारित समस्त पूंजीवादी रचना है, इस पर भी हमको गहराई से सोचने की जरूरत है। लेकिन वह एक अलग मुद्दा है।

आज जो यह बिल लाया जा रहा है, इसके सन्दर्भ में मैं कहना चाहती हूं कि इसकी बहुत आवश्यकता है। इसके बिना पता नहीं इस समाज का क्या होगा। क्योंकि यद्यपि इन सारे इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के द्वारा ज्ञान भी दिया जा सकता है और कुछ-कुछ दिया भी जाता है, लेकिन वह बहुत कम मात्रा में है। इनमें विज्ञापनों के द्वारा जो कुछ परोसा जा रहा है, उनसे हमारी अपनी संस्कृति का, भारत की संस्कृति का ही सवाल नहीं, कुल मानव जाति की संस्कृति का क्या हाल होगा, इस पर एक सवालिया निशान लगाया जा रहा है। हमें अनुभव भी आ रहा है, खास कर मेरे भाई साहब ने अभी महिलाओं के बारे में जो कहा, कि इतना भद्दा प्रदर्शन किया जाता है।

शास्त्रों में महिलाओं की महिमा के बारे में हमने बहुत कुछ पढ़ा है-यत्र नार्यस्तु पुज्यन्ते, रमन्ते तत्र देवता। यह सब कहा है, लेकिन सवाल यह है कि क्या आज इस तरह का वातावरण बन रहा है, जिसमें स्त्री की, महिला की पूजा हो सके। वह नहीं हो रहा है। इसीलिए आवश्यक है कि इस वातारण को बदलने के लिए इस प्रकार का बिल अवश्य लाया जाए। लेकिन बिल के साथ-साथ मैं यह भी निवेदन करना चाहती हूं कि प्रजातंत्र में जन-आन्दोलन का भी बहुत महत्व होता है। अच्छे-से-अच्छा कानून भी बनाया जाए, तो भी उसको अमली-जामा पहनाने का जो काम करना होगा, उसमें जन-आन्दोलन की बड़ी आवश्यकता रहती है, वातावरण बनाने की आवश्यकता रहती है। इसलिए बिल को पारित करने के साथ-साथ देश में एक ऐसा माहौल बनाने का काम हम सब समाजसेवियों को करना चाहिए, बल्कि मैं निवेदन करूंगी कि सब राजनैतिक दलों को करना चाहिए कि हमें अपना वातावरण, माहौल शुद्ध, सात्विक, स्वच्छ रखना है। इसके लिए इस प्रकार के बिल की आवश्यकता है। उसका ठीक ढंग से इम्प्लीमेंटेशन हो, इसके लिए जनता मांग करे कि यह बहुत सही चीज है और इसका सही इम्प्लीमेंटेशन करने में हम भी सहयोग देना चाहते हैं। इस बिल की जनता की तरफ से मांग भी हो और उसके साथ-साथ उसके इम्प्लीमेंटेशन में जनता के सहयोग की भी अपेक्षा की जाए। मुझे पूरा विश्वास है कि इस प्रकार इस बिल के साथ-साथ जन आन्दोलन की दिशा में हम अगर देश में एक वातावरण बनाते हैं, तो आज इस बिल के माध्यम से जो एक बहुत बड़ी सेवा होने जा रही है, उस सेवा का लाभ केवल इस पीढ़ी को नहीं, आने वाली सभी पीढ़ियों को प्राप्त होगा। मैं इस बिल की सराहना करती हूं और आशा करती हूं कि भारत को सही दिशा में आगे ले जाने में इस प्रकार के बिल का सहयोग प्राप्त होगा। धन्यवाद

श्री उपसभापति: श्री राशिद अल्वी। आपके पास पांच मिनट हैं।

श्री राशिद अल्वी (आन्ध्र प्रदेश): थैंक्यू, सर। मैं पांच मिनट में ही अपनी बात खत्म करूंगा।

सर, यह एक बहुत इम्पोर्टेंट बिल है अगर आप सच पूछें, तो मैं कब से यह सोच रहा था। कि इस तरीके का बिल पार्लियामेंट के अन्दर लाया जाए। मैं जाती तौर पर यह भी सोचता था कि मंत्री जी से जाती तौर पर बात करके कानून को अमेंड करने की बात की जाए।

आज इलैक्ट्रोनिक मीडिया का जमाना है और दिन-ब-दिन चैनल्स बढ़ते जा रहे हैं। सर, इन चैनल्स के साथ ज्यादा परेशानी यह होती जा रही है कि उन के पास काम कम होता है और वे चाहते हैं कि उन को कुछ ऐसा मिले ताकि उन का चैनल आगे बढ़ता रहे। उसी का नतीजा होता है कि ये स्टिंग ऑपरेशन हो रहे हैं। मैं यह नहीं कहता कि अगर कोई बेईमान आदमी है, उस को टी०वी० पर न दिखाया जाए। यकीनन दिखाया जाय, लेकिन वे ये तमाम स्टिंग ऑपरेशन कोई दूसरी एजेंसी करती है और टी०वी० चैनल्स उन को खरीदकर दिखाने का काम करते हैं। उस के बदले उन को एडवर्टाइजमेंट मिलता है। यह सारे तरीके चैनल्स को प्रोमोट करने के हैं और आज जितने एडवर्टाइजमेंट्स आ रहे हैं, वे सारे इस तरीके के हैं कि जो सच्चाई से बहुत दूर हैं। चाहे वह शैंपू का एडवर्टाइजमेंट हो कि यह हंड्रेड परसेंट डेंड्रफ दूर कर देगा, चाहे वह फेवीकॉल का हो कि एक आदमी पानी के अंदर डंडी लिए बैठा है और चार मछलियां पकड़कर ले जाता है। Is it possible, क्या यह मुमकिन है? ये इस तरीके के एडवर्टाइजमेंट्स हैं जिन का सच्चाई से दूर तक कोई वास्ता नहीं होता। मैं मंत्री जी से कहना चाहूंगा कि अगर आप इस तरीके का कानून ले आएं कि टी०वी० के ऊपर सिर्फ वह एडवर्टाइजमेंट आएगा जो सच्चा होगा।

(श्री सभापति पीठासीन हुए।)

अगर लकड़ी की डंडी फेवीकॉल से चार-पांच मछलियां पकड़ सकती है, तो उसे जरूर टी०वी० पर दिखाना चाहिए, अगर कोई शैंपू हंड्रेड परसेंट डेंड्रफ दूर कर सकता है, बालों को बढ़ाने का काम कर सकता है तो उसे जरूर दिखाना चाहिए। लेकिन अगर यह नहीं हो सकता तो ऐसे एडवर्टाइजमेंट्स कतई टी०वी० पर नहीं आने चाहिए।

सर, आज शायद ही कोई एडवर्टाइजमेंट होगा जिस के अंदर लड़कियों को न दिखाया जाता हो। उस में नीम बरहना लड़कियों को दिखाया जाता है, न्यूड लड़कियों को दिखाया जाता है और सारे देश का कल्चर, तहजीब और तवद्दुम को खत्म कर के रख दिया है। लेकिन इसी के साथ मैं कहना चाहूंगा कि मैं मीडिया के खिलाफ नहीं हूं, मैं इलैक्ट्रॉनिक मीडिया के खिलाफ नहीं हूं। डेमोक्रेसी का यह इतना बड़ा पिलर है जिसको यकीनन मजबूती के साथ खड़ा रहना चाहिए, लेकिन मैं सिर्फ इतना चाहता हूं कि डेमोक्रेसी का यह मजबूत पिलर ईमानदारी और सच्चाई के साथ काम करे, राजनीतिज्ञों और सरकार पर अंकुश का काम करे। इस तरीके का काम करे कि सब लोग सही रास्ते पर चलते रहें, गलत रास्ते पर न चलें, लेकिन आज परेशानी यह हो रही है कि मीडिया खुद ही रास्ता भटक रहा है गलत एडवर्टाइजमेंट्स दिखाने का काम कर रहा है।

मैं लंबी बात नहीं करता क्योंकि प्राइम मिनिस्टर साहब यहां मौजूद हैं। मैं मंत्री जी से सिर्फ इतना कहूंगा कि अगर आपने एडवर्टाइजमेंट पर कंट्रोल करने का काम कर लिया तो यह एक बड़ा काम होगा। आपको सिर्फ इतना करना है कि आप इन एडवर्टाइजमेंट के लिए कोई एजेंसी बना सकते हैं, कमेटी बना सकते हैं जो उन पर गौर करे और देखे कि एडवर्टाइजमेंट सही है या गलत है। इस बिल में शराब, तम्बाकू-ये सारी चीजें हैं। मैं यह तो नहीं कहूंगा कि उनका एडवर्टाइजमेंट

नहीं होना चाहिए क्योंकि यह एक फ्री सोसायटी है, लेकिन यह जरूर कहूंगा कि किसी-न-किसी तरीके का अंकुश जरूर लगना चाहिए। Thank you, very much.

श्री सभापति: माननीय प्रधान मंत्री जी।

श्री नीलोत्पल बसु (पश्चिमी बंगाल): सर, एक प्रोसीजरल क्वैश्चन है। प्रधान मंत्री जी जो यह बयान लेकर आए हैं, हम इसकी सराहना करते हैं, लेकिन हमने इस सवाल पर पहले नोटिस दे रखा था। हम इस बात को मानते हैं कि प्रधान मंत्री जी अगर ईरान के मसले पर बयान देते हैं, उसमें हमें कोई हर्ज नहीं है, लेकिन चूंकि यह बहुत ही महत्वपूर्ण मुद्दा है इसके ऊपर कुल मिलाकर एक डिबेट होनी चाहिए। ऐसा न हो कि आज प्रधान मंत्री जी का बयान आया और 7 दिन खिंच गए।

श्री सभापति: इतना लंबा समय नहीं लगेगा।

श्री नीलोत्पल बसु: सर, हमारे यहां राष्ट्रपति जी के अभिभाषण पर 21 तारीख से चर्चा शुरू होगी तो हमारे यहां 20 तारीख को इस पर बहस होनी चाहिए। यह हमारा मानना है, आप इसके बारे में तय कर लीजिए।

श्री सभापति: पचौरी जी।

कार्मिक, लोक शिकायत और पेंशन मंत्रालय में राज्य मंत्री तथा संसदीय कार्य मंत्रालय में राज्य मंत्री (श्री सुरेश पचौरी): सर, पहले स्टेटमेंट हो जाए।

5.00 P.M.

श्री सभापति: पहले आप स्टेटमेंट दीजिए।

STATEMENT BY PRIME MINISTER

India's vote in I.A.E.A. on Iran's Nuclear Programme

THE PRIME MINISTER (DR. MANMOHAN SINGH): Mr. Chairman, Sir, taking into account the concerns that have been raised about India's vote on the Iran nuclear issue at the meeting of the Governing Board of the International Atomic Energy Agency in Vienna, on February 5, 2006, I rise to apprise this august House of the facts of this matter.

Let me begin by affirming that India's vote on the IAEA resolution does not, in any way, detract from the traditionally close and friendly relations we are privileged to enjoy with Iran. Indeed, India-Iran ties, as we have repeatedly emphasized, are civilizational in nature. We intend to further strengthen and expand our multifaceted ties with Iran to mutual benefit.